

**SPREAD**  
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI  
201,8 punti base

**CHI SALE**  
UNIONCAMERE più ambulanti  
stranieri: +30% dal 2012



**CHI SCENDE**  
AUTO in marzo calano  
le vendite di monovolumi: -9%

**CRÉDIT AGRICOLE**  
CARIPARMA

**IMMOBILIARE** LA FOTOGRAFIA DI TECNOCASA NEL FOCUS PROMOSSO DA CONFESERCENTI

# Casa, mutui in calo in regione Ma Parma è in controtendenza

La durata media è di 24,5 anni, il tasso è variabile nel 66% dei contratti

■ Maggiore consapevolezza, giusta valutazione e tassi ai minimi agevolano il mattone. È emerso dal focus sul mercato immobiliare, organizzato da Confesercenti, alla presenza di rappresentanti del settore creditizio, di imprenditori edili, professionisti del settore oltre a Diana De Pasquale presidente Anama Confesercenti e ai mediatori immobiliari del gruppo Tecnocasa coordinati da Stefano Cantoni.

I dati rivelano che nel quarto trimestre 2016 le famiglie in Emilia Romagna hanno ricevuto finanziamenti per l'acquisto dell'abitazione per 1.130,5 milioni di euro. Rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente le erogazioni in regione sono calate del 4,3%. Parma viaggia decisamente controcorrente: sempre nell'ultimo trimestre 2016 sono stati erogati volumi per 102,9 milioni di euro, in crescita del 5,4% su base annua.

Nel secondo semestre 2016 l'importo medio di mutuo a Parma si è attestato a circa 114.700 euro, la durata media è di 24,5 anni, mentre la tipologia di mutuo più stipulata è quella a tasso variabile (66% dei contratti). L'età media di accesso al mutuo è di 37,7 anni.

■ **prezzi** Nel secondo semestre 2016 i valori immobiliari della zona Ospedale sono stabili, mentre



**114.700**

**L'IMPORTO MEDIO**  
dei mutui erogati a Parma nel secondo semestre del 2016. L'età media di accesso alla stipula è di 37,7 anni.

sono in diminuzione nella zona Oltretorrente. Secondo la banca dati di Tecnocasa, sono tabili anche i prezzi nella zona di San Leonardo, Pratibocchi, San Pancrazio, Budellungo Lepido e Sidoli; in lieve calo nelle aree Lubiana San luzzaro, Montebello, Cittadella e Barilla Center. Mercato vivace nella zona Montanara e Centro contabile con l'aumento del numero di richieste e il ritorno di qualche investitore.

L'Emilia Romagna è al quarto posto per totale erogato in Italia, con un'incidenza dell'8,08%. Se si osserva l'andamento delle erogazioni sui 12 mesi, e si analizzano quindi i volumi dell'intero anno solare 2016, la regione mostra una variazione positiva del 16,1%, per un controvalore di +562,9 milioni. Sono dunque stati erogati in questi ultimi dodici mesi 4.062,9 milioni di euro, volumi che rappresentano l'8,17% del totale nazionale.

Mettendo a confronto le province emerge che Bologna, sempre nel quarto trimestre 2016, ha erogato volumi per 348,4 milioni, facendo registrare una variazione rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno di -10,8%. Nell'ultimo anno, invece, sono stati erogati 224,9 milioni (+12,3%). A Ferrara 57 milioni (-4,7%), nei precedenti dodici mesi invece sono stati erogati 1.244,7 milioni (+27,6%).

In provincia di Modena i volumi erogati sono stati 182,4 milioni (+5,7%). Quelli nei quattro trimestri considerati sono stati 369,1 milioni, (+21,5%). In provincia di Parma sono stati erogati volumi per 102,9 milioni (+5,4%) e sommando i volumi dei precedenti trimestri, i volumi hanno raggiunto quota 331,3 milioni (+18,1%). Piacenza ha erogato volumi per 61,9 milioni (+25,9%), mentre i dodici mesi hanno evidenziato volumi per 157,1 milioni (+27,8%). La provincia di Ravenna ha erogato 103 milioni (-7,7%). L'anno appena trascorso ha segnalato un totale di 442,7 milioni (+15,4%). A Reggio Emilia sono stati erogati 103,9 milioni (-8,5%). I quattro trimestri hanno visto un totale 228,9 milioni (+15,4%). La provincia di Rimini ha erogato volumi per 68,5 milioni (-16,5%) andando indietro di un anno sono stati erogati 260,1 milioni (+4,9%). ♦ **r.eco.**

**CONFARTIGIANATO** E' AL 5° POSTO

## Export delle pmi: Parma cresce più della media italiana

■ Cresce l'export delle pmi italiane (meno di 50 addetti) che nel 2016 hanno registrato +1,3% rispetto all'anno precedente: a rilevarlo è il centro studi di Confartigianato Imprese.

I settori che sono aumentati maggiormente sono alimentari e legno (entrambi a +3,6%). L'abbigliamento (+2,3%) è l'unico comparto con dinamica migliore rispetto all'anno precedente. Seguono, con aumenti inferiori alla media, altre industrie manifatturiere e pelle (entrambi a +0,8%), mobili (+0,5%), è stabile il tessile mentre sono in calo il metallo (-0,8%).

A livello territoriale l'80,3% dell'export delle pmi si concentra in cinque regioni: Lombardia (25,6%), Veneto (21,2%), Emilia-Romagna (12,6%), Toscana (12,1%) e Piemonte (8,8%). Tra queste principali regioni la maggiore crescita si registra per Lombardia (+3,6%) ed Emilia-Romagna (+2,4%).

Parma è tra le 21 province che crescono più della media, attestandosi al 5° posto con (+4,7%), sorpassata solo da Roma (+13,3%), Venezia (+10,0%), Milano (+7,5%) e Bolzano (+5,6%). «Siamo molto soddisfatti di questi dati - spiega Leonardo Cassinelli presidente di Confartigianato Imprese Parma - e per continuare ad aiutare la crescita dell'export, che riteniamo essere la strada principale verso la ripresa, Confartigianato Imprese

**+4,7%**

**LE PMI DI PARMA**

la crescita dell'export, davanti solo Roma, Venezia, Milano e Bolzano

Parma organizzerà, il prossimo autunno, in collaborazione con Ice (Istituto per il commercio estero), un incoming per il settore moda con buyer stranieri al quale potranno partecipare le aziende produttrici di abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori moda».

L'analisi per mercato di destinazione evidenzia che le economie avanzate concentrano quasi i tre quarti (74,4%) del totale export di pmi e crescono dell'1,9% rispetto al 2015 mentre si evidenzia la frenata della domanda dei paesi emergenti ed in via di sviluppo che sono in calo dello 0,4%. Crescite più accentuate si rilevano in Repubblica Ceca (+9,8%), Grecia (+6,4%), Corea del Sud (+6,0%), Polonia (+5,6%), Spagna (+5,4%), Romania (+4,8%) e Giappone (+4,5%) mentre le flessioni più ampie si rilevano per Emirati Arabi Uniti (-9,4%) e Turchia (-7,4%). Si stabilizzano le vendite nei settori di pmi in Russia (+0,9%) dopo il crollo del 31,3% registrato nel 2015. ♦ **r.eco.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**GRUPPO IMPRESE ARTIGIANE** FOCUS SUI CONSUMI CON L'AD DI CONAD ITALIA PUGLIESE

## Salvare le tipicità in un mondo «liquido»

L'evento rientra nelle celebrazioni del 60° anniversario dell'associazione

**Antonella Del Gesso**

■ Fame di riscatto e collaborazione. I due fattori, alla base del miracolo italiano degli anni Sessanta, ancor oggi possono rappresentare una chiave di svolta per riportare il nostro paese al vertice dell'economia mondiale.

Ma bisogna rinunciare a un po' al proprio «io» e ragionare sempre più in termini di «noi», solo così si potrà crescere e competere sul mercato globale. È la ricetta di Francesco Pugliese, ad di Conad Italia, intervistato dal giornalista e scrittore Pino Agnetti, nell'ambito della serata conviviale che si è tenuta al Circolo di Lettura, dedicata alle celebrazioni per il 60° anniversario del Gruppo imprese

artigiane. «Il concetto di artigiano si è evoluto negli anni e la sua natura di imprenditore specializzato necessita di incontri su temi tecnici ma anche di confronti con l'esperienza di persone che hanno una visione allargata sull'andamento e sui meccanismi che muovono il mercato», afferma il presidente del Gia Giuseppe Iotti.

Una fotografia puntuale di come si muova l'Italia, tra prodotti tipici locali e un mondo sempre più «liquido», serve infatti da spunto e da stimolo per capire che «spazi di crescita ce ne sono, e in abbondanza, se si comincia a parlare al plurale, e non più al singolare, per aggredire i mercati internazionali». Lo sostiene Pugliese che, dopo una lunga esperienza come direttore generale Europa in Barilla e poi nel Gruppo Yomo, ha promosso e rafforzato dal 2004 lo sviluppo commerciale in Conad fino ad ottenere una quota di mercato dell'11,9% (+2,6% su 2015), quasi 3000 imprenditori soci, 50mila



Incontro promosso dal Gia. Da sinistra Agnetti, Pugliese e Iotti.

dipendenti e 12 miliardi e mezzo di fatturato in Italia, di cui 3 miliardi riguardano il giro d'affari dei prodotti a marchio Conad (nel 2016 la quota è cresciuta nei supermercati al 27,4%, era del 26,4% nel 2015, staccando di 8,2 punti percentuali la media italiana).

«L'agroalimentare ha fatto se-

gnare l'anno record per le esportazioni, 38 miliardi, ed è in aumento costante. Ma, se pensiamo che l'Italian sounding vale circa 60 miliardi di euro, da un lato si capisce quali margini di crescita ci siano per il vero made in Italy, dall'altro si evidenzia la nostra incapacità di rispondere adeguata-

mente a una domanda crescente». Occorre quindi, secondo l'ad, «superare i limiti dimensionali delle pmi mettendoci insieme e con una buona politica di commercializzazione penetrare i mercati internazionali». Così, guardando all'estero, si salvano e valorizzano le tipicità nell'«età dell'incertezza». Restando invece agli affari domestici dove, quanto ai consumi si è passati da 2,6 a 2,3 chilogrammi pro capite a settimana (si mangia meno ma meglio, privilegiando la qualità e la sicurezza dei prodotti italiani), nelle nostre aziende va rafforzata la classe dirigente, tenendo conto che il coraggio (tipico dei giovani) non può non andare a braccetto con l'esperienza, altrimenti diventa incoscienza.

Il ricavo della serata, allietata dalle fisarmoniche di Ian Nani e Alexei Maniac e dall'esibizione del gruppo True Colors, verrà devoluto all'Assistenza Pubblica di Parma. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**BANCA** INGRESSO NELL'IMMOBILIARE

## Bper, utile a 18,6 milioni Rinnovato il Cda

■ Un utile di esercizio di 18 milioni 698.675 euro, con la distribuzione di un dividendo unitario in contanti pari a 0,06 euro per ciascuna delle 481.308.435 azioni rappresentative del capitale sociale. L'assemblea ordinaria dei soci della Banca Popolare dell'Emilia Romagna, che si è svolta a Modena, oltre ad aver rinnovato il Cda ha approvato, con il 97,792% dei voti espressi corrispondenti al 39,363% del capitale sociale complessivo, il bilancio dell'esercizio 2016.

L'assemblea ha eletto 8 dei 15 soci del Cda con una netta vittoria della Lista 1 (quella che appoggia l'attuale direzione della banca), che ha ottenuto oltre il 70% dei voti, il 29% è invece andato alla Lista 2. Quella di oggi è stata la prima assemblea con l'istituto ormai trasformato in società per azioni. Eletti nel Cda per la Lista 1, Luigi Odorici, Mara Bernardini, Pietro Ferrari, Roberto Alfonso Galante, Costanzo Jannot-

ti Pecci, Alberto Marri e Valeria Venturini; per la Lista 2, invece, Roberta Marracino. L'ad Alessandro Vandelli si è detto soddisfatto per la partecipazione «molto alta». Nel frattempo Bper entra nel campo dell'immobiliare. Lo fa, spiega una nota del gruppo modenese, con l'ingresso nel capitale di Homepal, «start-up» del settore che parte dal Web per proporre un punto di incontro tra domanda e offerta nelle compravendite e negli affitti immobiliari tra privati. Nel dettaglio, viene spiegato, si tratta di una partnership industriale che si basa su un accordo distributivo pluriennale dedicato a valorizzare le sinergie tra i servizi immobiliari offerti da Homepal e quelli finanziari proposti da Bper Banca, che avrà un membro nel Cda di Homepal, rappresentato dal responsabile della direzione pianificazione distributiva e marketing, Gian Marco Dall'Olio. ♦ **r.eco.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Camera di commercio**

### Eccellenza in digitale: workshop il 13 aprile

■ Proseguono gli incontri del ciclo «Eccellenze in digitale», il progetto promosso da Unioncamere e Google per aiutare le aziende a sviluppare competenze digitali e approfondire le opportunità economiche della rete. Alla Camera di commercio sono previsti otto incontri formativi grazie ai quali gli imprenditori potranno conoscere le migliori strategie per essere online. Il prossimo seminario si terrà giovedì 13 aprile dalle 10,30 alle 13 e si parlerà di pubblicità online. Salvo Trotta, tutor digitale della Camera di Commercio, ap-



profonderà i seguenti temi: Il Sem - Search engine marketing, che cosa è e come funziona; differenze fra Sem e Seo; l'utilizzo della segmentazione nel Sem; le «best practices» per creare campagne marketing efficaci per le aziende; le modalità di funzionamento di Google Adwords. Le iscrizioni ai seminari sono ancora aperte. Tutto sul sito: [www.pr.camcom.it](http://www.pr.camcom.it)

### Foodtech, iniziative in Iran e Usa

■ Il sistema camerale dell'Emilia Romagna ha progettato due iniziative sul tema internazionalizzazione - in programma nei prossimi mesi (da giugno 2017 a maggio 2018) - a favore delle imprese emiliano-romagnole dei settori alimentare e meccanica alimentare interessate a conoscere meglio o consolidare la loro presenza nei mercati di Iran e Stati Uniti d'America. Entrambi i progetti sono rivolti ad imprese del comparto delle tecnologie alimentari (aziende produttrici di macchine, attrezzature, imballaggi e servizi alle

aziende alimentari): macchine di prima lavorazione e processo; macchine di confezionamento e imballaggio; macchine per produrre imballaggi; macchine per movimentare e trasportare; macchine per magazzino, stoccaggio, spedizione e trasporto; impianti di energia, climatizzazione, igiene e sicurezza; automazione e componenti; lavorazioni conto terzi; imballaggi; servizi.

Il progetto sul mercato statunitense è rivolto anche alle aziende agroalimentari. Le iniziative prevedono entrambe corsi executive, giornate di formazione e missione imprenditoriale in Usa e Iran. In questa fase è

richiesta alle imprese solo una prima manifestazione di interesse, non impegnativa. [www.pr.camcom.it](http://www.pr.camcom.it)

### Camera di commercio chiusa il 24 aprile

■ Informiamo che lunedì 24 aprile gli uffici della Camera di commercio resteranno chiusi. La decisione è stata adottata per realizzare, in linea con quanto previsto dalla Legge 135/2012 sulla cosiddetta «Spending review», un'azione di contenimento dei costi generali di funzionamento, con particolare riguardo ai consumi d'energia. [www.pr.camcom.it](http://www.pr.camcom.it) ♦

**UPI** CONCLUSO IL PERCORSO FORMATIVO



## I diplomi di Digital for Export

■ Si è concluso il percorso formativo «Digital for Export», organizzato da ICE-Agenzia, in collaborazione con Confindustria Piccola Industria, Intesa Sanpaolo e Unione Parmense degli Industriali, con l'obiettivo di presentare le opportunità offerte dalla digitalizzazione anche in relazione ai processi di internazionalizzazione. Ai partecipanti, provenienti da tutto il territorio regionale, nei giorni scorsi è stato consegnato il diploma di partecipazione.