



SPREAD
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI
167 punti base

CHI SALE

ENTRATE TRIBUTARIE
In 4 mesi crescono dell'1,9%



CHI SCENDE

LITI CON IL FISCO Nel 2016
sono in calo dell'11,6%



CRÉDIT AGRICOLE
CARIPARMA

MODA BUYER ESTERI A CACCIA DELLA QUALITÀ ARTIGIANALE

Pitti Uomo: il made in Parma è protagonista

Il marchio Rota di Fidenza è presente al salone di Firenze da quasi mezzo secolo

Luca Molinari

■ A Pitti Uomo anche la qualità della moda made in Parma è presente. Con qualche primato. L'azienda Rota di Fidenza è presente alla fiera da quasi mezzo secolo. «Produciamo pantaloni dal 1962 – spiega il presidente Emilio Rota –. L'azienda è stata fondata da mio padre Ampelio Rota e ora, al mio fianco è arrivata anche la terza generazione, con Andrea e Michele. Siamo una azienda familiare, che crea un prodotto di altissima qualità. I pantaloni che realizziamo nel nostro laboratorio vengono venduti in tutto il mondo in negozi di alta gamma».

La Rota è tra le aziende fondatrici del Consorzio Classico Italiano. «Nel 1986 – ricorda Emilio Rota – ci siamo uniti assieme alle migliori aziende italiane per dar vita a un reparto di Pitti Uomo tutto nostro e fornire assistenza ai clienti. Alla fiera siamo presenti almeno dal

1970». Oggi l'azienda lavora soprattutto all'estero. «I nostri mercati più importanti – afferma il presidente – sono Giappone, Europa e Russia, ma operiamo anche in altri paesi come la Corea del Sud». In questi giorni di fiera si registra una grande affluenza di compratori esteri. «L'interesse è altissimo – viene confermato –. Pitti Uomo è l'unica fiera al mondo di abbigliamento di alto livello e qui si concentrano tutti i più grandi compratori del mondo. Non esiste un evento come questo in nessun altro luogo».

La produzione Rota prodotto molto classico, che nel corso degli anni non è stato mai stravolto. «Chi viene da noi lo fa per avere un tessuto di pregio – rimarkano dallo stand –. Non solo. Forniamo un prodotto e un servizio su misura. Il cliente finale che si rivolge a noi può trovare un migliaio di varianti di prodotto. Siamo specializzati nella personalizzazione. Più che un'a-

zienda siamo una sartoria in grado di assemblare qualsiasi tipo di capo. Il nostro obiettivo è realizzare capi unici». Il 2016 si è chiuso positivamente e lo stesso dovrebbe avvenire anche quest'anno. «La stagione è stata positiva – conferma Rota – il primo semestre si è chiuso bene. Il secondo semestre sembra positivo, ma i conti li faremo soltanto a fine anno. L'esportazione sta tirando, mentre il mercato italiano resta in crisi. E' una stagnazione che dura da tempo e che non va migliorando. Pensavamo di avere già toccato il fondo, mentre l'Italia è ancora in depressione per i consumi, specie per l'abbigliamento. Oggi gran parte del nostro lavoro è sui mercati esteri». Il segreto del successo è una lavorazione artigianale di altissimo livello.

«Per vincere le sfide dei mercati globali – conclude il presidente – Bisogna lavorare meglio degli altri».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pitti Uomo Alcune immagini della presenza del made in Parma alla manifestazione di Firenze.



Nel padiglione centrale

Parma Couture promuove sette aziende

■ Le imprese della moda parmensi protagoniste al Pitti Uomo, la fiera dell'abbigliamento che si sta svolgendo a Firenze. Sono una quindicina la realtà di casa nostra presenti alla 92esima edizione di Pitti Immagine, dedicata alle collezioni della prossima primavera-estate. Tra queste, spiccano, oltre alla Rota di Fidenza (pantaloni) anche le sette imprese socie di «Parma Couture», il consorzio per l'internazionalizzazione e

per la promozione delle collezioni moda. In particolare, quattro su sette hanno sede legale e produttiva a Parma o provincia: Equipage (pantaloni), Gianfranco Bommezzadri (presente con il brand di giacche «Ernesto»), Airedale (presente con il brand di cinture in pelle «Fabrizio Lesi»), Belts+ di Stefano Piazza (cinture in pelle). Le altre 3 hanno invece sede fuori regione: Camiceria Emanuele Maffei (sede principale a Bergamo, ma con una

unità locale a Parma), BB Cravatte (brand «Franco Bassi» di Como) e Bonfanti Borse (Varese). Tutte le aziende parmigiane si trovano nel Padiglione Centrale della fiera, vasto spazio a tre piani in cui è presente la maggior parte dei grandi brand di moda maschile. Al Pitti Uomo sono presenti anche altri brand di Parma. Tra questi, Holyfreedom, Ibrigu, Anderson's, Airdp, Barrett e Kired-Wonderland. L.M.

TRUFFE CAMERA DI COMMERCIO: ATTENZIONE ALLE RICHIESTE DI PAGAMENTO

Bollettini ingannevoli, è allarme

«Le richieste - viene precisato - non hanno nulla a che fare con la Camera di Commercio»

■ Non si fermano i tentativi di truffa ai danni delle imprese. Lo segnala la Camera di commercio di Parma mettendo in guardia gli imprenditori che, anche in questi giorni, stanno ricevendo bollettini con richieste di pagamento formulate in modo ingannevole. Se all'apparenza sembrano comunicazioni ufficiali della Camera di commercio si tratta invece di proposte commerciali, da parte di privati, per l'erogazione di servizi pubblicitari. «Queste richieste - precisa l'ente di Via Verdi - non hanno nulla a che fare con la Camera di commercio e con i suoi adempimenti. Da anni, inoltre, il pagamento del diritto camerale avviene tramite modello F24 e non con bollettini postali».

I bollettini ingannevoli, periodicamente - e spesso in occasione dell'iscrizione al Registro delle Imprese o nel periodo di versamento del diritto annuale - vengono spediti alle imprese con diciture che possono far credere di essere stati inviati dalla Camera di Commercio, oppure con frasi che richiamano l'obbligo di pagare in quanto aziende iscritte al Registro Imprese (es.: casellario unico telematico imprese ... rilascio certificato di adesione con codice di attribuzione...proposta di inclusione nell'elenco delle ditte...iscrizione al portale...riservato alle ditte iscritte alla Camera di commercio, rilascio certificato di adesione con codice di attribuzione...). «Sono tutte proposte commerciali di servizi pubblicitari alle quali siamo completamente estranei», ribadisce l'ente.

L'ultimo inganno è di questi giorni. Molte imprese del territorio stanno infatti ricevendo una comunicazione con questa dicitu-



La Cciaa Mette in guardia le imprese.

ra: «Iscrizione Registro Imprese - Nuova registrazione del (segue una data) - N° di fascicolo (segue un numero)» con i dati dell'impresa precompilati e con l'invito a effettuare le correzioni in caso di dati errati o omessi e a restituire il modulo firmato via fax entro una data indicata. Con caratteri minuscoli è indicato che si tratta di

un servizio di pubblicazioni dei dati aziendali al costo mensile di 71 euro per due anni.

Anche le imprese titolari di marchi e brevetti sono oggetto di comunicazioni ingannevoli. Ricevono infatti richieste fraudolente di pagamento, a nome dell'UIBM, per la pubblicazione in banche dati oppure per il rinnovo o l'estensione internazionale dei marchi e brevetti. In queste richieste l'Ufficio Italiano Marchi e Brevetti non c'entra nulla. «Le banche dati ufficiali istituzionali - precisa la Camera di commercio - non richiedono alcuna somma in pagamento per la pubblicazione e la loro consultazione è gratuita sui relativi siti internet».

Le imprese hanno inoltre segnalato casi di telefonate da parte di sedicenti incaricati della Camera di commercio che, con scuse apparentemente valide, chiedono informazioni come coordinate bancarie, fatturato, numero di conto corrente, attività, dati di bi-

lancio. Anche in questo caso la Camera di commercio dichiara la propria estraneità e invita le aziende alla massima attenzione e prudenza. «Nel dubbio - ribadiscono - è bene contattare l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (Urp), al recapito: 0521 210257, email: urp@pr.camcom.it, oppure l'Associazione di categoria di riferimento o il professionista di fiducia».

Accertato che la comunicazione non proviene dalla Camera di commercio, l'impresa può effettuare una segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato. L'Agcom avvierà un'indagine e al termine si pronuncerà sull'ingannevolezza o meno della comunicazione oggetto di segnalazione. Sulla base di questa pronuncia, gli interessati potranno agire a titolo individuale per far invalidare il relativo eventuale contratto e chiedere il risarcimento dei danni subiti. Gli interessati possono rivolgersi al giudice ordinario ai sensi delle norme del Codice Civile che vietano gli atti di concorrenza sleale (artt. 2598, 2599, 2600 C.C.). Sul sito della Camera di commercio sono pubblicati esempi di comunicazioni ingannevoli pervenute alle imprese. ♦ **r.eco.**

STAGE ESPERIENZE SUL TERRITORIO

«Gadda» e imprese, un legame stretto che diventa lavoro



Scuola-lavoro Foto di gruppo alla Acmi di Fornovo Taro.

Valentino Straser

■ Nuove sinergie fra l'Istituto Gadda di Fornovo Taro e le aziende del territorio.

Le esperienze consolidate di «Alternanza Scuola Lavoro e di stage», dell'Afm nelle aziende Acmi, Turbocoating, Torneria Pesante, Dallara automobili, Bercella, Calzolari perforazioni, Barbuti e Bertinelli, Laterlite, Parmalapping, Fipal, ADue, e altre pubbliche, hanno permesso agli alunni dell'istituto, la possibilità di applicare le competenze scolastiche acquisite nella realistica operatività quotidiana dell'azienda.

In particolare, per Acmi, azienda specializzata nella produzione di linee d'imbottigliamento e confezionamento a elevata tecnologia, con sede a Fornovo Taro, da sempre attenta alle opportunità fornite dalla scuola, l'esperienza del corso Afm si è tradotta in offerte di lavoro e per alcune studentesse anche a tempo indeterminato. Il percorso offre una risposta adeguata e trasversale alle esigenze tecnico conta-

bili amministrative delle aziende ed è applicabile in diversi settori dell'amministrazione dell'impresa, oltre ad essere tagliato, in particolare per la formazione di forza lavoro al femminile.

Dal prossimo anno scolastico si amplia l'offerta formativa con la prospettiva di declinare parte del curriculum dell'Afm alle relazioni internazionali per rendere il titolo di studio sempre più adeguato alle richieste del territorio, anche in un'ottica di reshoring rilevante in termini di ricadute occupazionali e di contributo all'innovazione e al consolidamento delle nostre filiere, oltre ad essere un segnale di competitività di un territorio.

Si tratta di un traguardo importante, raggiunto grazie all'impegno delle docenti che nel corso del tempo hanno costruito un rapporto di fiducia con i diversi stakeholders del territorio, formando studenti e studentesse adeguate ad affrontare il mondo del lavoro, sempre più specializzato e volto all'internazionalizzazione. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Welfare L'iniziativa Alla Jsbsolutions 20 ore all'anno sono dedicate a musei, mostre e teatro

La cultura? Un patrimonio aziendale

Il dipendente va in visita al museo? Le ore impiegate ad ammirare opere d'arte vengono conteggiate dall'azienda come normale orario di lavoro. E, un sabato al mese, è l'azienda stessa a coinvolgere i propri dipendenti in iniziative culturali, accollandosi le spese dell'iniziativa. In un periodo in cui le cercano di incrementare la produttività dei propri dipendenti attraverso incentivi economici e benefit, c'è chi ha de-

ciso di investire le proprie risorse in un valore non monetizzabile: la cultura. È il caso dell'azienda Jsbsolutions, con sede a Firenze e Parma, dal 2009 attiva nel campo della consulenza nel settore farmaceutico e industriale, che ha scelto di seguire una strada alternativa per il miglioramento della qualità della vita professionale e personale: donare «tempo di qualità». La società ha infatti deciso di riconoscere annualmente ai

propri dipendenti venti ore, del normale orario lavorativo, da impiegare in attività volte all'arricchimento personale, quali concerti, visite a musei, mostre e spettacoli teatrali. «La promozione della cultura e della bellezza all'interno dell'azienda - spiega Jacopo Montigiani, general manager di Jsbsolutions - genera benessere per chi ci lavora e porta risultati di eccellenza». Il «tempo di qualità» non è l'u-

nica iniziativa culturale promossa dall'azienda a favore dei propri dipendenti: un anno e mezzo fa sono nati «I Sabati della Bellezza», un ciclo di eventi per riscoprire le bellezze artistiche del territorio. Un sabato al mese, i dipendenti di Jsbsolutions danno appuntamento nei musei, nei giardini e nelle chiese storiche con un programma di visite guidate tra Firenze, Parma e Modena, il tutto a spese dell'azienda. Il prossimo

evento, che si terrà domani, sarà un viaggio nel suggestivo Labirinto della Masone di Franco Maria Ricci a Parma alla scoperta degli oltre duecento esemplari di bambù e della collezione d'arte dell'eclettico editore, designer e appassionato collezionista. «Questi progetti - conclude Jacopo Montigiani - si inseriscono in un cambiamento dell'approccio al benessere dei dipendenti che speriamo possa essere esportato, stabilizzato e rafforzato nel tempo anche con la collaborazione di altre aziende del territorio». ♦ **r.eco.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA