

Intervista all'imprenditore Gian Federico Vivado (Ipa Industries)

Un nuovo polo "hi-tech"? Può nascere a Battipaglia

Puntare sul valore aggiunto delle tecnologie innovative? Provare a realizzare un vero e proprio "cluster" capace di aggregare aziende specializzate, ad alto tasso di competitività internazionale? E' una ricetta che si sta tentando di applicare anche in provincia di Salerno, a Battipaglia per la precisione. E' il progetto che ha messo in campo l'imprenditore genovese Gian Federico Vivado (nella foto) (Gruppo "Ipa Industries", 130 milioni di fatturato e circa 700 addetti) attraverso la "Btp Tecno", nata nel 2010, dopo il passaggio dal gruppo Alcatel-Lucent a Telerobot Ipa (Corsini, Vivado, Odone). Il gruppo è presente nei seguenti comparti: elettronica, telecomunicazioni, biomedica, elettromeccanica e difesa. Valore della produzione, nel 2011: 70 milioni di euro; 400 mila ore lavorate da circa 300 addetti; fatturato previsto, su base annua per il 2012: circa 100 milioni di euro. "Sono sincero - dice Vivado a salernoconomy.it - come molti imprenditori del Nord, anche io ero molto prevenuto sul "sistema" Campania. Invece ho scoperto un territorio vivace, reattivo e - parlo di Battipaglia e del Salernitano in generale - con forti potenzialità, con presenze industriali molto qualificate, e con Istituzioni aperte, collaborative e rispettose del ruolo dell'impresa". "Il "Btp Cluster" - è convinto Vivado - potrebbe

costituire un piccolo ma significativo collante per le realtà hi-tech della regione: imprese, prima di tutto, ma poi anche centri di ricerca e Università. Una rete vera, industriale, che possa generare altre reti. Un punto di partenza per nuove azioni di marketing di "raggruppamento", di progetto e, perché no, di territorio".



**L'intervista
di Ernesto
Pappalardo
a pag.2.**

Studio Tagliacarne-Cciao Salerno sui fattori di competitività

Denaro troppo caro, imprese in frenata



A destra il presidente della Cciao Guido Arzano, a sinistra il suo vice Antonio Ilardi

E' stato presentato lo studio "I differenziali di competitività in provincia di Salerno", realizzato dalla Camera di Commercio di Salerno in collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne. Oggetto dell'analisi la determinazione dei maggiori costi sostenuti dalle imprese salernitane rispetto ad imprese analoghe localizzate in altre regioni del Centro Nord. Secondo quanto esposto dal panel intervistato, i costi aggiuntivi (differenziale) che graverebbero sul fatturato delle imprese salernitane ammonterebbero a circa il 29 per cento. Tra i fattori presi in considerazione dall'analisi effettuata dall'Istituto Tagliacarne (tempi di pagamento della PA, illegalità diffusa e tempi della giustizia, costi del carburante e del trasporto merci, costi delle assicurazioni), è il costo del credito a rappresentare il primo e più importante fattore di incidenza sulla competitività delle aziende salernitane.

a pag. 3

INSERTO SPECIALE EcoBioNews



Olio biologico protagonista al premio Biol

Si è chiusa ad Andria la XVII edizione del Premio Biol, manifestazione-concorso che pone a confronto i migliori oli extravergini biologici del mondo. Ben 310 gli oli in gara provenienti da 18 Paesi: Albania, Arabia Saudita,

Cile, Croazia, Germania, Giordania, Grecia, Israele, Libano, Nuova Zelanda, Portogallo, Siria, Slovenia, Spagna, Tunisia, Turchia, Usa e naturalmente, Italia.

a pag.5

Traffico crocieristico, Salerno supera Cagliari e Olbia

Porto di Salerno in grande ascesa sul mercato crocieristico nazionale. Anche i dati di uno studio condotto dall'agenzia marittima Cemar Agency, presentati nel corso dell'ultima edizione del Seatrade Cruise Shipping di Miami, confermano il trend più che positivo per lo scalo portuale salernitano.

pagina 4





Intervista a Gian Federico Vivado (Gruppo Ipa Industries)

Un nuovo polo "hi-tech" è in start up a Battipaglia

Presidente Vivado (nella foto), perché ha deciso di investire in provincia di Salerno?

“E' stato un caso. Durante la crisi Alcatel-Lucent, nella primavera del 2010, ci contattarono dal Ministero dello Sviluppo Economico. Stavano cercando un gruppo disposto a rilevare la fabbrica di Battipaglia, mantenendo i livelli occupazionali e, soprattutto, provando a rilanciarla. Accettammo, guardando più alle opportunità che ai rischi che questa avventura comportava”.

Quali sono le prime valutazioni a due anni circa dall'arrivo in Campania?

“Anche se il rischio, nel frattempo, è cresciuto a causa della crisi internazionale, rifaremmo certamente la scelta e ne siamo assolutamente orgogliosi e soddisfatti. Pur essendo ancora legati al business Alcatel, che per apparati e soluzioni di telecomunicazioni, rimane il nostro principale cliente, ci stiamo riconvertendo e stiamo sviluppando nuovi mercati e progettando nuovi prodotti a marchio “Btp Tecno”. Anche mettendo a frutto le competenze di altre società del nostro gruppo, ci stiamo orientando verso i settori biomedicale e difesa che consideriamo più strategici e profittevoli per il posizionamento industriale della nostra grande famiglia “Ipa Industries”.

Un posizionamento in cui “Btp Tecno” - che, nel giro di pochi mesi, da fabbrica è diventata società e capo filiera - ha un ruolo centrale”.

La filosofia dei "cluster" Hi-Tech è vincente al Sud?

“Non ci risulta che esistano, nel Mezzogiorno, cluster di impresa come quello che abbiamo proposto alla Regione Campania e alle altre istituzioni territoriali. Il progetto “Btp Cluster” prevede a Battipaglia la creazione di



un nuovo polo industriale e tecnologico attraverso l'aggregazione in “cluster” Hi-Tech di aziende del territorio salernitano, e non solo.

All'iniziativa possono aderire almeno dieci imprese che, anche attraverso finanziamenti a fondo perduto (Ue, regionali, e misure applicabili nell'area), possono acquistare lotti di

fabbricati industriali, attrezzati e alimentati con strutture e tecnologie finalizzate al risparmio energetico e alla limitazione di consumi, per un totale di 15.000 m² di superficie messi da noi a disposizione nella nostra area “Btp Tecno”. A fronte dell'opportunità offerta, le imprese aderenti, che potranno eventualmente riunirsi in consorzio o costituire società consortili, s'impegheranno ad assumere dieci nuove unità ogni 1.000 m² di superficie occupata. L'impatto sociale risulterebbe così almeno di 100-150 nuove assunzioni da realizzarsi all'interno del “bacino” risorse umane dell'area di Battipaglia. La nostra società concederà, a titolo gratuito e a lungo termine, le aree edificabili e assumerà il ruolo di coordinatrice e garante industriale dell'operazione”.

Quali prospettive intravede per le dinamiche di sviluppo in Campania ed in provincia di Salerno?

“Sono sincero: come molti imprenditori del Nord, anche io ero molto prevenuto sul “sistema” Campania. Invece ho scoperto un territorio vivace, reattivo e - parlo di Battipaglia e del Salernitano in generale - con forti potenzialità, con presenze industriali molto qualificate, e con Istituzioni aperte, collaborative e rispettose del ruolo dell'impresa.

Il Btp Cluster potrebbe costituire un piccolo ma significativo collante per le realtà hi-tech della regione: imprese, prima di tutto, ma poi anche centri di ricerca e Università. Una rete vera, industriale, che possa gene-

rare altre reti. Un punto di partenza per nuove azioni di marketing di “raggruppamento”, di progetto e, perché no, di territorio”.

Su quali innovazioni di processo e di prodotto in particolare punterete nel polo di Battipaglia?

“E' presto per dirlo. Perché, a parte le singole autonome strategie (la nostra e quella dei nostri futuri partners), nel Cluster dovremmo poter mettere a fattor comune alcuni obiettivi e realizzare insieme alcuni progetti. Attività che saranno in agenda quando sapremo chi e quanti siamo.

La nostra filosofia prevede infatti una gestione consortile del Cluster, dove BTP Tecno, pur essendo promotrice dell'idea e proprietaria delle aree da edificare, sarà una parte e non il tutto”.

Ernesto Pappalardo

IL PROFILO

Gian Federico Vivado, genovese, 49 anni, a metà degli anni 80 comincia ad occuparsi di industria collaborando prima - e poi diventando socio - di alcuni valenti imprenditori liguri. Dopo una veloce carriera nell'azienda dell'imprenditore Vincenzo Ratto (oggi Oms Ratto), alla fine degli anni 90, ne diventa presidente e amministratore delegato, oltre che principale azionista. Nello stesso periodo, incontra David Corsini ingegnere esperto in robotica e automazione industriale, ideatore del progetto “Telerobot”. Insieme costruiscono, in circa dieci anni, quello che oggi si chiama gruppo “Ipa Industries”. Dal 2010 è presidente e amministratore delegato di “Btp Tecno” e siede nel board di tutte le società del gruppo. È sposato, ha due figli maschi.

TV OGGI

al tasto 71 del tuo telecomando

www.tvoggisalerno.it



Studio Tagliacarne-Cciaa sui fattori di competitività tra territori

Il costo del denaro è sempre troppo caro A Salerno il tasso più alto in Campania

E' stato presentato lo studio "I differenziali di competitività in provincia di Salerno", realizzato dalla Camera di Commercio di Salerno in collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne. Oggetto dell'analisi la determinazione dei maggiori costi sostenuti dalle imprese salernitane rispetto ad imprese analoghe localizzate in altre regioni del Centro Nord. Secondo quanto esposto dal panel intervistato, i costi aggiuntivi (differenziale) che graverebbero sul fatturato delle imprese salernitane ammonterebbero a circa il 29 per cento. Tra i fattori presi in considerazione dall'analisi effettuata dall'Istituto Tagliacarne (tempi di pagamento della PA, illegalità diffusa e tempi della giustizia, costi del carburante e del trasporto merci, costi delle assicurazioni), è il costo del credito a rappresentare il primo e più importante fattore di incidenza sulla competitività delle aziende salernitane. Al già basso rapporto del

monte degli impieghi creditizi della provincia con lo stock imprenditoriale, il cui livello medio si attesta in provincia a circa 77mila euro per impresa, rispetto ad una media nazionale di 188mila euro, si aggiunge un livello del costo del denaro per operazioni a revoca applicato ai prestiti alle imprese che in Campania raggiunge un valore del tasso di interesse superiore al 9 per cento (rispetto al 7,2 per cento della media italiana) e

che in provincia di Salerno raggiunge il suo apice regionale col 9,8 per cento per le imprese, ben 2,6 punti percentuali in più sul dato medio italiano. Per quantizzare il maggior onere per le imprese salernitane basta, a titolo esemplificativo, considerare il volume medio annuo dei

delle marcate differenze territoriali tra i tassi di interesse applicati risiedono nella solvibilità del sistema economico, nella natura dei finanziamenti richiesti e nella quantità e qualità del sistema creditizio presente sul territorio che in provincia di Salerno, come in altre realtà



conducono ad un sottodimensionamento degli investimenti, con ricadute negative sulla competitività del tessuto produttivo locale. Le risposte del panel delle imprese salernitane sugli aspetti del credito che le penalizzano maggiormente rispetto alle loro omologhe del Centro Nord individuano in primis le richieste di garanzie da parte delle banche per il mantenimento o l'apertura della linea di credito (53,5 per cento delle risposte), seguite dal costo del denaro (41,5 per cento), dalla severità dei criteri di approvazione del fido (18 per cento) e dagli alti costi delle commissioni (16,5 per cento). E' interessante notare come, relativamente alle ragioni dell'alto costo dei crediti bancari, ben il 51 per cento delle imprese intervistate prenda atto del rischio creditizio generale ed il 39 per cento dell'insolvenza del territorio. Infine poco rilevante, a giudizio degli operatori economici salernitani, l'incidenza sul costo del denaro determinata dai fattori legati alla sicurezza e alla criminalità presente sul territorio. In questo caso sembra prevalere una scarsa coscienza dello stretto rapporto esistente tra alti tassi di criminalità e deterioramento delle condizioni creditizie che nel salernitano, anche se in misure minore rispetto ad altre province della regione, incide in maniera non irrilevante soprattutto in alcune aree della provincia.

Mario Gallo



finanziamenti concessi ad un'impresa di Salerno (77mila euro) e moltiplicarlo per il tasso effettivo di interesse applicato nella provincia campana e per il valore medio nazionale: gli interessi annuali che ne risulterebbero ammonterebbero a quasi 7.561 euro nel primo caso e a 5.567 nel secondo, con una differenza di quasi 2mila euro all'anno in più che graverebbero sulle imprese della provincia di Salerno rispetto alla media nazionale. I motivi

meridionali, vanno a determinare un profilo di rischiosità superiore alla media nazionale e, quindi, un maggior tasso di interesse. Di conseguenza tali differenziali di costo determinano minori investimenti e consumi, frenando di fatto la crescita del sistema economico locale. E infatti le contromisure degli imprenditori salernitani, ricorso all'autofinanziamento e richiesta di prestiti di dimensione contenuta,

CONFIDI
PROVINCE LOMBARDE

Le proiezioni Cemar Agency per la stagione 2012

Traffico crocieristico, lo scalo di Salerno supera Cagliari e Olbia



Porto di Salerno in grande ascesa sul mercato crocieristico nazionale. Anche i dati di uno studio condotto dall'agenzia marittima Cemar Agency, presentati nel corso dell'ultima edizione del Seatrade Cruise Shipping di Miami, confermano il trend più che positivo per lo scalo portuale salernitano che, nel giro di pochi anni, è già riuscito a ritagliarsi una fetta di tutto rispetto nell'ambito del traffico passeggeri delle navi da crociera. Le proiezioni indicate dal rapporto della Cemar Agency vedono nei porti italiani una stagione crocieristica 2012 che coinvolgerà 47 Compagnie di Navigazione, 148 navi e 66 porti (oltre 75.000 crocieristi al giorno in alta stagione), con una movimentazione passeggeri pari a complessivi 10.748.000 e 4.891 approdi, dati in calo rispettivamente dello 0,76 per cento e del 5,59 per cento rispetto al 2011, ma nonostante i quali, come ha spiegato il presidente di Cemar Agency Network di Genova, Sergio Senesi, "il mercato crocieristico conferma la propria solidità e l'appeal di sempre, nonostante la contingenza economica sfavorevole ed i recenti accadimenti. Abbiamo, inoltre, voluto espressamente effettuare delle verifiche ulteriori e una prima analisi della stagione 2013 ci consente di ipotizzare un imminente ritorno alla crescita, grazie soprattutto alle nuove unità che verranno consegnate, dopo questa stagione di sostanziale assestamento, sia in termini di movimentazione passeggeri che di approdi". Secondo i risultati del rapporto anche nel 2012 sarà

Civitavecchia il principale porto crocieristico italiano con 2.420.000 passeggeri movimentati, seguita da Venezia (1.798.000 pax) e da Napoli (1.207.000 pax), dato, quest'ultimo, che vede lo scalo partenopeo lievemente al di sotto del milione e 297 mila presenze registrato a fine 2011. Insieme questi primi tre scali gestiscono oltre il 50 per cento di tutto il traffico crocieristico nazionale. Alle spalle di Napoli si piazza il porto di Livorno, con oltre un milione di passeggeri, seguito dai porti di Savona, Genova, Bari, Messina, Palermo, Catania e, in undicesima posizione, l'emergente porto di Salerno che precede, nell'ordine i porti di Olbia e Cagliari. Sono già 150mila i crocieristi previsti nell'approdo salernitano nel periodo aprile - novembre 2012, dato che già migliorerebbe di gran lunga le 99mila 274 unità registrate nel 2011, ma, soprattutto, ulteriori incrementi potrebbero registrarsi nell'immediato futuro grazie al nuovo Polo crocieristico con il prolungamento del Molo Manfredi e la realizzazione della Stazione Marittima, progettata dall'arch. Zaha Hadid. Inoltre, dopo il consolidamento della presenza di MSC Crociere, anche altre compagnie crocieristiche (in primis Royal Caribbean) hanno deciso di intensificare la propria presenza nello scalo portuale salernitano. Tornando allo studio dell'agenzia marittima Cemar Agency, importanti suggerimenti per la migliore competitività degli scali portuali nazionali si colgono nelle parole del presidente di Cemar Agency Network di Ge-

nova, Sergio Senesi, relativamente alla problematica dello smaltimento differenziato dei rifiuti nei porti: "È triste dover segnalare, per l'ennesima volta, come in quasi tutti i porti italiani non si sia ancora provveduto allo smaltimento differenziato dei rifiuti. Le navi sono costruite con le migliori tecnologie, il personale è addestrato alla raccolta differenziata, persino nelle cabine ci sono contenitori separati. Stiamo parlando di tonnellate di rifiuti prodotti ogni giorno da navi che, una volta arrivate nei porti italiani, sono sovente costrette a scaricare il tutto in un'unica bettonina o container, perché nel porto non esiste la raccolta differenziata. Ciò comporta, tra l'altro, gravi costi per il bordo che arriva, così, a pagare somme fino a 200 euro a tonnellata per lo smaltimento di vetro, legno, cartone e alluminio". Da rilevare sull'argomento l'istituzione, da parte dell'Assessore all'Ambiente della Regione Campania Giovanni Romano, di un gruppo di lavoro costituito, tra l'altro, dai responsabili delle Capitanerie di porto presenti in Campania per individuare le linee guida dei piani per il potenziamento della raccolta e dello smaltimento di rifiuti (sia urbani che speciali) prodotti dai natanti di qualsiasi natura. Obiettivo principale quello di strutturare una cabina di regia per arrivare alla predisposizione di un "piano tipo" per "porto tipo" da estendere, successivamente, a tutte le aree regionali.

(ma.ga.)

Salerno
economy

SALERNOECONOMY.it è un prodotto by Myricae Novae

Sede legale: Via S. Giovanni Bosco 59/A - Salerno - Redazione: Via Rocco Galdieri 28 - Salerno

Testata giornalistica in attesa di registrazione Sito: www.salernoconomy.it

Mail: info@salernoconomy.it, direttore@salernoconomy.it, marketing@salernoconomy.it



EcoBioNews

Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Olio biologico protagonista al premio Biol. Il sardo "S. Anna" si conferma il prodotto migliore nella kermesse di Andria

Si è chiusa ad Andria la XVII edizione del Premio Biol, manifestazione-concorso che pone a confronto i migliori oli extravergini biologici del mondo. Ben 310 gli oli in gara provenienti da 18 Paesi: Albania, Arabia Saudita, Cile, Croazia, Germania, Giordania, Grecia, Israele, Libano, Nuova Zelanda, Portogallo, Siria, Slovenia, Spagna, Tunisia, Turchia, Usa e naturalmente, Italia. La giuria, composta da 23 esperti provenienti dalle diverse regioni olivicole del mondo, è stata presieduta da Giorgio Cardone. Ad aggiudicarsi questa edizione del Premio Biol è stato, per il secondo anno consecutivo, l'olio extravergine sardo "S. Anna" dell'Oleificio Sandro Chisu di Orosei in provincia di Nuoro. Alla Puglia sono andati il secondo e il terzo posto, assegnato al "De Carlo" monovarietale coratina di Bitritto, ed il terzo posto, con il molfetese "Marcinase-Olio di Maria" di Gregorio Minervini in

cultivar, coltivata soprattutto nel nord barese (particolarmente nelle zone di Corato e Andria), ma anche in tutta la Puglia e in varie aree del Centro Sud, rappresenta un caso di eccellenza nella produzione pugliese ed è in rapida



ex aequo con il siciliano "Primo" dei Frantoi Cutrera di Ragusa. Per quanto riguarda i riconoscimenti speciali, sono ancora pugliesi i vincitori sia del BiolKids, con l'Eccelso dell'andriese Agrolio, sia del BiolPack (miglior accoppiata etichetta-packaging assegnato da una specifica giuria di esperti in comunicazione e consumo), con il fasanese "Pantaleo", con i suoi materiali riciclabili ed il suo tris di etichette da colorare e spedire per una mostra online (premio speciale per l'innovazione della bottiglia allo spagnolo Cartijo de Suerte Alta). Tra i primi dieci da segnalare il portoghese Risca Grande e lo spagnolo Rincon de la Subbetica. Nel corso della tre giorni di Andria, tenutasi tra il Chiostro San Francesco e l'Oratorio Salesiani, è stata celebrata un'eccellenza della produzione olivicola internazionale: la coratina bio. Questa

ascisa per qualità e quantità. Ben 20mila tonnellate delle complessive 20mila tonnellate di olio biologico prodotte in Puglia provengono, infatti, dalla coratina bio a cui Biol ha voluto riservare il giusto tributo. Da segnalare, inoltre, la mostra Elaion-Oleum-Olio, Coltura e cultura dell'olio di oliva in età romana, a cura del Gal "Le Città di Castel del Monte", con presentazione del prof. Silvio Fiorello dell'Università di Bari,

il convegno "Olio biologico e mercato", coordinato dal giornalista specializzato Luigi Caricato e, nel corso dell'ultima giornata, "BiolKids - La giuria dei ragazzi incontra la Giuria Internazionale". Sede della premiazione ufficiale la Camera di Commercio di Bari, in occasione del convegno inaugurale della "Settimana del bio in Puglia". Il Premio Biol è stato patrocinato da Ifoam e Ministero delle Politiche Agricole, e si è svolto in collaborazione con Regione Puglia, Città di Andria, Camera di Commercio di Bari, Icea - Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale, Associazione BiolItalia, Gal "Le Città di Castel del Monte", Consorzio Puglia Natura.

(GDA)

