

CONVEGNO PRESENTATE ALL'UPI LE NOVITÀ FISCALI PER LE IMPRESE

Bilancio, la nota integrativa indica anche le «prospettive»

È racchiusa nella nota integrativa la vera novità del bilancio d'esercizio relativo al 2010. Infatti, nel documento vanno indicate tutte le situazioni che riguardano l'andamento economico dell'impresa, comprese le prospettive future.

I profili civilistici nonché gli effetti delle principali disposizioni tributarie sull'argomento sono

stati analizzati nel corso di un convegno a Palazzo Soragna, organizzato dall'Unione Parmense degli Industriali, il Gruppo Imprese Artigiane e dall'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili di Parma. «In un momento in cui la trasformazione del mondo economico è rapida e tumultuosa, l'assistenza da parte di professionisti preparati è preziosa.

Ecco quindi che abbiamo nel tempo consolidato la collaborazione con l'Ordine dei commercialisti», riferisce il direttore dell'Upi Cesare Azzali.

L'appuntamento annuale sul risultato d'esercizio consente infatti «un importante confronto con gli imprenditori su un bilancio 2010 che presenta peculiarità dovute in massima parte a novità



Palazzo Soragna. Un momento dell'incontro sul fisco.

di carattere tributario» sottolinea Alberto Guidotto, presidente della Fondazione dottori commercialisti di Parma. Gli aspetti civilistici del bilancio sono stati illustrati da Giovanni Valcarenghi, ragioniere commercialista in Brescia.

«Le novità principali si rinvengono nel contenuto della nota integrativa, in cui tra l'altro bisognerà indicare i compensi corrisposti ai revisori». Di sicuro interesse poi l'impatto delle perdite, con modalità di copertura delle stesse da parte dei soci attraverso versamenti liquidi oppure rinuncia a precedenti finanziamenti.

«Nuove indicazioni vanno rese poi anche per le aziende con contratti di leasing che hanno bene-

ficiato della moratoria dei debiti accordata dall'Abi e dal Ministero delle Finanze: è necessario ricalcolare l'ammontare dei canoni di competenza dell'anno 2010 a seguito dell'allungamento del periodo di durata del contratto», fa notare ancora Valcarenghi. Riguardo poi alle principali disposizioni tributarie interviene poi Paolo Meneghetti, dottore commercialista in Mantova. Si tratta principalmente di conferme di regole già in vigore dal 2009, come ad esempio il caso della deducibilità degli interessi passivi oppure degli ammortamenti. Riflettori puntati anche sui compensi degli amministratori delle società: devono essere proporzionati alla dimensione aziendale. ♦ A. D. G.

EDILIZIA BUIA: SIAMO IL SETTORE PIU' PENALIZZATO DALLA CRISI

Ance: il pubblico ci deve 1,2 miliardi

I costruttori emiliano romagnoli: i ritardi dei pagamenti fanno fallire imprese serie

BOLOGNA

Giorgia Chicarella

«Non si può pensare di far fallire imprese edilizie serie e valide perché le amministrazioni pubbliche non pagano». Gabriele Buia, presidente di Ance Emilia Romagna è tranchant. I dati del rapporto congiunturale sull'industria delle costruzioni in Emilia Romagna dell'Ance fanno rizzare i capelli.

In regione, le aziende del settore scontano un ritardo nei pagamenti da parte del «pubblico» di circa 1,2 miliardi di euro. «E' una distorsione del mercato che sta penalizzando il nostro lavoro, un lavoro che non siamo in grado di esportare perché le pmi che riescono ad aggredire i mercati esteri sono poche. Vuol dire che viviamo sulle iniziative del territorio. In

Confindustria E.R.

Artoni: meno fisco

Non le manda certo a dire Anna Maria Artoni, presidente di Confindustria Emilia Romagna intervenendo all'incontro Ance. «L'Italia continua a soffrire: la situazione è veramente grave, una crisi che sembra non finire mai e si che si trascina dietro tutto. I dati delle imprese del settore edile lo dimostrano. I provvedimenti fatti finora non sono stati sufficienti. In sintesi, occorre: meno fisco, investimenti, pagamenti della Pa, meno burocrazia e scelte di sistema condivise».

questo senso, la nostra regione - precisa Buia - ha varato delle azioni importanti». Ma se poi il sistema paese fa cilecca, il mercato, ovvio, soffre le pene dell'inferno. I numeri non mentono. Sul territorio, gli investimenti sono calati del 5,9% nel 2010 sul 2009, e un'ulteriore diminuzione dell'1,5% è prevista nel 2011.

«Il dato ancora più preoccupante - avverte Buia - è che dal 2008 al 2011 il comparto edile ne ha persi il 21,5%, ben al di sopra della media nazionale di -17,8». Il messaggio lanciato dal presidente è chiaro: «Siamo il settore più penalizzato dalla crisi, ma le imprese e i lavoratori non possono più aspettare, questi andamenti sono insopportabili». E le note dolenti si sommano. «Il nostro lavoro è fatto ancora con le mani, quindi - ricorda Buia - la risorsa umana è fondamentale». Ma anche qui il

Investimenti in costruzioni			
	Milioni di euro	Previsioni 2011	Quadrennio 2008-2011
Costruzioni	13.365	-1,5%	-21,5
Abitazioni	7.202	-0,6%	-19,9
nuove costruzioni	2.738	-4,0%	-37,3
manutenzioni straordinarie e recupero	4.463	1,5%	-0,3
Costruzioni non residenziali private	3.856	-3,0%	-25,7
Costruzioni non residenziali pubbliche	2.308	-2,0%	-15,8

Elaborazione Ance - Ance Emilia-Romagna

piatto piange lacrime amare. Il calo dell'occupazione in regione è pesantissimo: tra il quarto trimestre 2008 e il terzo trimestre 2010 si contano circa 28 mila occupati in meno. Di risposta, salgono le ore dalla cassa integrazione guadagni: +93% nel 2010, dopo il +99,3% di due anni fa. E cresce, anche se di poco, il sommerso: nel 2009 è al 10,5% (era il 9,8% nel 2008).

Un campanello d'allarme per un'escalation di numeri negativi che non si placa. Dentro ci sta tutto: il progressivo disimpegno dello Stato nella realizzazione delle opere pubbliche, la stretta delle

maglie del Patto di stabilità; a tal punto che in regione la riduzione degli investimenti dei Comuni è stimata dall'Ance in circa 320 milioni di euro nel 2011. E poi il credito che non arriva, «facendo di tutta un'erba un fascio, senza distinzioni tra imprese storiche, di qualità, e non» puntualizza Buia. E ancora: le lungaggini burocratiche e quei fondi strutturali e per le aree sottoutilizzate che non arrivano e che invece sarebbero una manna santa. In Emilia Romagna, si tratta, stime Ance, di circa 263 milioni di euro che si sono visti, per ora, solo sulla carta. ♦

MODA L'EVENTO OGGI A SHANGHAI

Il made in Parma si promuove in Cina con «Classe Ducale»

La moda parmigiana incontra la Cina. Oggi a Shanghai si accendono le luci sull'evento «The Duke's Party»: protagoniste, sette aziende made in Parma specializzate in prodotti di sartoria e complementi di abbigliamento maschile che, coordinate da Luigi Eva, si sono riunite nel marchio «Classe Ducale».



Parma Couture Luigi Eva.

Nella location del locale «Rosso Italiano», già luogo di importanti meeting ed eventi, verrà ricreata per un pomeriggio, l'atmosfera della petite capitale, gli ospiti sono traders, operatori di settore, buyers ma anche giornalisti, opinion makers, media e trendsetters. Tra le guest star ci sono i prodotti alimentari che da sempre rappresentano l'eccellenza del territorio ducale: gli chef di «Rosso Italiano» interpreteranno con le loro creazioni il Parmigiano Reggiano, il Prosciutto di Parma e l'Aceto balsamico di Modena in una girandola di sapori tipicamente italiani, il tutto «annaffiato» da una grande degustazione di vini del territorio.

Qualità e identità territoriale: l'idea-base del marchio «Classe

Ducale», realizzato grazie al coordinamento del Consorzio Parma Couture e al sostegno di Regione Emilia Romagna e Provincia di Parma, è legare la presentazione dei prodotti delle aziende all'immagine della città. Il marchio, pensato specificamente per il mercato cinese, ha fatto il suo debutto durante una sfilata organizzata a Shanghai dalla Regione Emilia Romagna in occasione dell'Expo, lo scorso 2010: dopo «Il party del Duca» verrà data continuità al progetto con una serie di business table riservati agli operatori interessati. ♦

ASSAGGI IL 22 MARZO INIZIA IL NUOVO CICLO DI INCONTRI PROMOSSI DAI GIOVANI UPI E GIA

Comunicazione oltre le parole: dalle relazioni ai social network

Sassi: il focus sarà sul marketing. Lombardi: sonderemo nuovi canali

Antonella Del Gesso

Un brand di successo è quello che oltre al prodotto riesce a raccontare una storia. Una storia naturalmente credibile, avvincente, interessante, ma soprattutto coerente.

Questo significa che la narrazione deve essere corale, dove tutte le componenti aziendali sono in linea con quello che viene comunicato. Non è semplice ma si può imparare a farlo. Come? Partecipando ad «Assaggi 2011», il ciclo di incontri di alta formazione, organizzato dal Gruppo giovani dell'Unione parmense degli industriali insieme a quello dei giovani imprenditori del Gia, che prenderà il via, con il primo di tre appuntamenti, il 22 marzo prossimo alle ore 18 a Palazzo Soragna.

I seminari, organizzati in collaborazione con Cisis, saranno dedicati appunto al tema «Brand - Il marketing dell'azienda a 360°».

«Non essendo la crisi economica del nostro paese dovuta solo a fattori congiunturali, ma anche strutturali, abbiamo cercato nelle scorse edizioni di fornire strumenti per sviluppare un proprio business, per una gestio-



Giovani Upi e Gia. Da sinistra Lombardi, Dallatana e Sassi.

Tre incontri

22 marzo «Comunicare oltre le parole».

19 aprile «I collaboratori come voce dell'azienda».

19 maggio «Brand reputation B2B e B2C: diverse strategie nell'utilizzo dei media online per gestire la reputazione».

ne eccellente dell'azienda, per un corretto approccio all'innovazione. Vogliamo ora affrontare il tema, sempre legato all'attualità, di una comunicazione che vada anche oltre le parole», spiega la presidente del Gruppo giovani dell'Upi, Giusy Sassi.

E' un argomento trasversale che va da un'efficace informazione del brand all'utilizzo delle opportunità offerte dal web, passando dal coinvolgimento delle risorse umane aziendali. «Del

resto sono diversi i canali e le modalità per comunicare un'azienda. Il ciclo d'incontri vuole sondarli e invitare i partecipanti a valutare l'approccio migliore con riferimento al loro caso», aggiunge Cristian Lombardi, presidente del Gruppo giovani Gia.

Docente di tutti e tre gli incontri sarà la consulente aziendale Emanuela Dallatana, che anticipa gli argomenti che verranno sviluppati durante gli incontri. «Il primo incontro sarà dedicato alla comunicazione integrata dell'identità aziendale. Questa sarà possibile solo se l'imprenditore avrà ben chiara dentro di sé la «vision» e, in coerenza con quella, gli obiettivi verso cui convogliare tutte le azioni dell'azienda».

Nel seminario di aprile continuerà il racconto del brand: la filosofia che c'è dietro si può comunicare anche attraverso la sede. I colori e le forme a volte dicono tanto, anche oltre le parole. Inoltre un ruolo importante nella diffusione del «messaggio» aziendale è rivestito dalle risorse umane: quale miglior veicolo di un lavoratore soddisfatto e testimone del vero? Infine nel mese di maggio si parlerà dell'approccio al web: «L'azienda non può più prescindere dall'utilizzo dei media on line (a cominciare proprio dai social network) per la gestione della reputazione» spiega in conclusione la Dallatana. ♦

23 | 24 | 25
marzo 2011
Brixia Expo
Fiera di Brescia

IL VOSTRO APPUNTAMENTO CON IL MONDO DELL'ACCIAIO

Mercoledì 23 marzo

ore 9.30 - Taglio del nastro

ore 10.00 - Saluti introduttivi

Emanuele Morandi, *Presidente Siderweb.com*
Giuseppe Pasini, *Presidente Federacciai e Consigliere Made in Steel*
On. Stefano Saglia, *Sottosegretario allo Sviluppo Economico*

ore 11.00 - Lo scenario globale dopo la crisi: i nuovi orizzonti dello sviluppo

Salvatore Rossi, *Direttore centrale ricerca economica e relazioni internazionali di Banca d'Italia*
Dipak Pant, *Docente di antropologia ed economia (LIUC - Università Carlo Cattaneo)*

ore 14.30 - Lo scenario globale del settore acciaio dopo la crisi

Gianpiero Benedetti, *Presidente e Amministratore Delegato Daniele*
Wolfgang Eder, *Presidente Eurofer*
Shen Junhua, *Managing Director WISCO Europe GmbH*
Enrique Mariano Castrodeza, *Universidade Federal do Rio de Janeiro*

Discussant:
Giuliano Noci, *Docente di marketing Politecnico di Milano e MiP*

www.madeinsteel.it

Per rimanere in contatto con noi e conoscere il calendario completo dei convegni visitate il nostro sito.

Convegni & Workshop
24|25 marzo 2011

24 marzo:

- Stainless Steel Market Outlook
- L'acciaio eco-sostenibile. Obiettivo raggiungibile?
- Energia & Acciaio
- Le nuove frontiere inossidabili

25 marzo:

- Clienti d'acciaio
- 1861-2011: 150 anni d'acciaio
- Steel Market Outlook

Created by

Official Sponsor

In partnership with

Supported by

In collaborazione con

PER INFORMAZIONI

Per informazioni:
T +39 0302548520
E-mail: info@madeinsteel.it

Brixia Expo via Caprera, 5
Autostrada A4 - uscita Brescia ovest