

LA RASSEGNA. Alla Fiera di Milano quarta edizione della innovativa Fiera organizzata dalla Compagnia delle Opere per creare link operativi fra le aziende

Matching, «l'ottimismo prevale sui venti di crisi»

Gli imprenditori: un'occasione per incontri proficui. Immediatezza e quantità di contatti i punti di forza della «piazza degli affari»

Piorgiorgio Chiarini
MILANO

Un messaggio di positività dal Matching, aperto ieri alla Fiera di Milano. È ciò che si percepisce dalla maggior parte delle 111 aziende bresciane che hanno deciso di partecipare alla quarta edizione della manifestazione promossa dalla Compagnia delle Opere. Complessivamente in fiera ci sono circa duemila aziende e trecento buyer esteri che occupano una grande piazza pensata per incontrarsi, stabilire contatti, concludere affari, valutare opportunità di business.

NON SI TRATTA di una fiera, ma un punto di incontro. Al posto degli stand tradizionali, ci sono tanti piccoli box, tutti delle stesse dimensioni, funzionali a un semplice scopo: quello di incontrare potenziali clienti e fornitori sulla base di un'agenda di appuntamenti già selezionati. Nei mesi scorsi il lavoro degli organizzatori è stato quello di incrociare nel modo più mirato possibile domanda e offerta provenienti dalle diverse aziende. «Così si va subito al dunque», spiega Paolo Andreoli di Fondital. Il gruppo valsabbino partecipa per la prima volta al Matching: «In tre giorni abbiamo in calendario una cinquantina di appuntamenti, vedremo se riusciremo a farli tutti, perché a questi poi spesso si aggiungono in-

contri a sorpresa». Rispetto alle tradizionali fiere di settore per Andreoli il dato più interessante è «la possibilità di un contatto diretto con operatori interessati al tuo prodotto». La multisettorialità è un altro punto di forza del Matching. Mettere insieme in tre giorni aziende dei settori più disparati amplifica in modo decisivo i contatti e le opportunità. Anche la Selca, azienda camuna di Berzo Demo che si occupa della bonifica di siti contaminati è la prima volta che è presente. In agenda ha una ventina di appuntamenti ma il primo impatto, sottolinea Massimo Di Martino, «è già stato proficuo per l'interesse che abbiamo riscontrato».

È TORNATO invece in fiera per il secondo anno il Calzificio Santagostino spa di Quinzano, unica azienda italiana del settore che produce direttamente anche il filato. «I risultati della nostra prima partecipazione sono stati positivi - dice Fabrizio Lunardi -, tanti contatti di cui diversi si sono tramutati anche in occasioni di business. In fiera abbiamo intercettato operatori medio piccoli che spesso facciamo fatica a raggiungere, soprattutto dall'estero, in particolare dal nord Europa e dai Paesi dell'Est. Il bello del Matching è anche il fatto di avere in agenda appuntamenti e di andarci senza sapere chi troverai dall'al-

tra parte. E l'anno scorso non sono mancate le sorprese positive e clienti importanti inattesi». Lino Fondrieschi della cooperativa agricola Borgo La Caccia di Pozzolengo è presente in fiera con un campionario delle sue produzioni vinicole. Ha 27 appuntamenti in agenda, con clienti e potenziali fornitori, da chi realizza le etichette per le bottiglie a chi produce tappi. «È senz'altro un momento di visibilità anche per una realtà locale come la nostra che ci può aiutare ad ampliare le possibilità di mercato». Per Matteo Manerba di Opera Labori, società di consulenza bresciana, «l'ambiente è molto dinamico, in media trenta appuntamenti al giorno. Interesse soprattutto il nostro servizio di consulenza manageriale».

STEFANO Consoli di Pulitori ed Affini, azienda bresciana leader nel settore delle pulizie industriali, è un po' un veterano del Matching: «E' stata un'esperienza molto positiva negli anni scorsi che si è tradotta in contratti, ma anche in rapporti di partnership con nostri concorrenti che hanno portato a collaborazioni comuni. Proficui pure i contatti con i fornitori soprattutto per quanto riguarda le tecnologie». Per Consoli il sistema del Matching basandosi su un contatto già selezionato dà un'alta percentuale di successo: «Si va diretti alle aziende utili per



Paolo Andreoli (Fondital)



Sergio Frigoli (Poligrafica S.F.)

il tuo business. Quest'anno abbiamo una cinquantina di appuntamenti già pianificati, senza contare quelli stand by stand». Terza volta al Matching anche per la Lic Packaging spa di Verolanuova. «Abbiamo avuto sempre contatti interessanti sia in termini di incontri che di business prodotto - racconta Carlo Fontanelli, per il quale - è significativo anche lo scambio di informazioni che apre spesso nuovi orizzonti. Nella filiera dell'acquisto abbiamo avuto contatti soprattutto nel settore dell'information technology. Per quanto riguarda la vendita invece è nato un business con un gruppo israeliano nel settore dell'ortofrutta e con la Germania. E quest'anno si continua, abbiamo in programma circa 70 appuntamenti».

SECONDA VOLTA al Matching invece per la Poligrafica San Faustino: «Stiamo tornati - sottolinea Francesco Frigoli - per-

ché l'anno scorso la nostra partecipazione era stata molto proficua. Abbiamo voluto perciò esserci con nuovi prodotti per avere una possibilità di contatti ancora superiore. Sono contatti da partner a partner, più che da cliente a fornitore». In linea insomma con il titolo del Matching di quest'anno che è «Collaborare, crescere». Contatti con l'estero soprattutto, circa una quarantina, invece per la Pac International di Flero che produce articoli da campeggio: «Abbiamo incontrato principalmente buyer esteri, in particolare da Romania e Russia, interessati al nostro tipo di articoli a gas per campeggio che spaziano dall'edilizia, alla ferramenta fino alla grande distribuzione», dice Luca Ferrigato. Per Alessandro Montini della carpenteria Tecnosider di Flero «il Matching è una nuova opportunità anche per noi che operiamo da 25 anni in un mercato molto consolidato». ♦



Matteo Manerba (Opera Labori)



Luca Ferrigato (Pac International)



Carlo Fontanelli (Dittalic Pack.)



Lino Fondrieschi (Borgo La Caccia)



Alessandro Montini (Tecnosider)



Fabrizio Lunardi (Santagostino)



Massimo Di Martino (Selca)



Stefano Consoli (Pulitori e affini)

LA CERIMONIA. Via agli incontri. Tarantini: calamita per le imprese

«Economia reale e reti i modelli per crescere»

Zanolini: un patrimonio su cui lavorare tutto l'anno
Cavalli: nuova frontiera per le Fiere del futuro

MILANO

«Il Matching ha il suo fulcro nell'economia reale e delle relazioni, l'unica che può resistere alla crisi»: così il direttore generale della Compagnia delle Opere nazionale Enrico Biscaglia spiega la logica di fondo della manifestazione in corso fino a mercoledì alla Fiera di Milano.

Lo fa incontrando il gruppo delle 111 aziende bresciane presenti che si ritrovano insieme al termine della prima giornata della rassegna, dopo un fitto calendario di appuntamenti (in tre giorni saranno quasi 30mila). Un incontro che vede la partecipazione anche dei rappresentanti delle istituzioni locali, dal presidente della Provincia, Alberto Cavalli, con l'assessore Corrado Ghirardelli (che annunciato il prossimo avvio di un portale provinciale per le imprese) all'assessore comunale alle Attività Produttive, Maurizio Margaroli. Il direttore della Cdo bresciana Roberto Zanolini ricorda come «il patrimonio sono gli incontri da cui scaturisce un lavoro che continua tutto l'anno». E Cavalli sottolinea che proprio questa modalità innovativa di



Un momento dell'inaugurazione del «Matching» FOTOLIVE/Beccalossi

business può costituire la nuova frontiera delle fiere.

Il presidente Graziano Tarantini colloca il Matching nello scenario della crisi attuale davanti alla quale «non abbiamo ricette. Vogliamo essere una calamita dove le imprese possano trovare un punto di orientamento. Non ci interessa promuovere un modello preconfezionato, ma che iniziative come il Matching siano realmente utili a chi vi partecipa». E a confermare la sua utilità sono gli stessi imprenditori che ieri sera hanno preso la parola per raccontare il loro Matching. L'atteggiamento di fondo che emerge dalle loro parole, come sottolinea Biscaglia, è quello «di chi nelle difficoltà del momento attuale, vuole rimboccarsi le maniche e guardare avanti».

Sull'importanza di ricreare una rete di fiducia si sofferma il presidente nazionale della Cdo, Bernard Scholz, chiudendo l'incontro. «Il messaggio che arriva dal Matching è chiaro: collaboriamo, facciamo rete, valorizziamo tutte le nostre capacità, le nostre esperienze. Il nemico è la sfiducia, la rassegnazione, il mettersi in aspettativa. Invece dobbiamo guardare in faccia tutto il potenziale che c'è nelle nostre imprese. La Cdo vuole aiutare ciascuno a essere protagonista di questa ricostruzione che è economica, ma più profondamente umana». Da Scholz una sollecitazione: «riscoprire il lavoro manuale ingiustamente svalutato: una forma di lavoro che ha reso grande il paese». Un altro ritorno al primato dell'economia reale. ♦ P.G.C.

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

CONSULGROUP SVISCELA L'ARGOMENTO

Formazione, si cambia con il «D. LGS. 81/08»

ConsulGroup Srl è una società di consulenza nata nel 2003. La società si occupa di sicurezza sul lavoro, formazione, igiene alimentare e privacy.

La formazione, alla luce di quanto prescritto dal D. Lgs. 81/08 (nuovo testo unico in materia di sicurezza, entrato in vigore il 15.05.08), è destinata a diventare lo strumento principe della prevenzione negli ambienti di lavoro. Da qui la scelta di realizzare una sede a Torbole Casaglia. Nella nuova sede, il cliente troverà sia i servizi di consulenza sia uno spazio idoneo per la formazione. La nuova struttura è stata realizzata pensando anche alla soddisfazione di una nascente esigenza formativa per la sicurezza: la pratica sul campo.

Sulla formazione delle figure della sicurezza il D. Lgs. 81/08 ha apportato cambiamenti che riguardano la figura del datore di lavoro che intende svolgere direttamente il ruolo di responsabile del servizio di prevenzione e protezione. Il vecchio D. Lgs. 626/94 prevedeva, per questa figura, corsi di formazione della durata di 16 ore. L'art. 34 del D. Lgs. 81/08 prevede invece, corsi differenziati sulla base dei fattori di rischio aziendale, la cui durata varierà da 16 a 48 ore. (Le linee guida definitive della formazione saranno stabilite entro il mese di maggio 2009). I responsabili del servizio di prevenzione e protezione, dovranno anche aggiornare le loro competen-

ze, con cadenze ancora da definirsi. Il D. Lgs. 81/08 attribuisce grande attenzione al preposto, figura cardine per la prevenzione degli infortuni. Egli è identificabile, in ogni realtà organizzativa e settore aziendale, con la persona che per esperienza professionale, ed inquadramento contrattuale ha il compito di vigilare sull'operato altrui ed ha potere di iniziativa. Il preposto deve essere adeguatamente formato, in quanto ha responsabilità di natura giuridica e deve essere in grado di riconoscere i rischi e i comportamenti a rischio per la sicurezza (art. 37 comma 7 D. Lgs. 81/08). La formazione alla sicurezza di tutti i lavoratori deve diventare prassi in ogni azienda. Il lavoratore, infatti, deve conoscere i rischi cui è esposto, i suoi diritti ed i suoi doveri. La formazione generica non è però sufficiente a garantire la sicurezza. È necessario strutturare interventi specifici sui rischi per mansione e per l'eventuale uso di attrezzature. Non sembrano invece prospettarsi grandi cambiamenti per la formazione dei lavoratori incaricati della gestione delle emergenze (addetti antincendio e primo soccorso). Probabilmente sarà introdotto, anche per gli addetti antincendio, l'obbligo di aggiornamento periodico. Il rappresentante dei lavoratori, dovrà sempre frequentare corsi della durata di 32 ore. La sua formazione sarà ora soggetta ad aggiornamento annuale.

AVVISI LEGALI



AVVISO

Questa Società ha aggiudicato il servizio di smaltimento a secco delle polveri residue originate dal processo di depurazione dei gas di combustione dell'impianto termoutilizzatore, in seguito a gara a procedura negoziata effettuata a fronte di Sistema di Qualificazione 2006/S 101 - 108628 del 30.5.2006, alle seguenti imprese:

- ATI GTS GRUBE TEUTSCHENTHAL - GTS ITALIA - GERMANI SPA Str. Der Einheit 9 06179 Teutschenthal (Germania)
- K + S ENTSORGUNG GMBH Bertha Von Suttner Strasse 7 34117 Kassel (Germania)
- SYSTEMA AMBIENTE SRL Via dei Santi 58 25129 Brescia (Italia)

Il bando integrale è stato inviato per la pubblicazione sulla GUCE in data 5.11.2008.
A2A S.p.A. - sede legale in Brescia, via Lamarmora 230
Cap. Soc. € 1.629.110.744,04 i.v. - Codice fiscale, Partita IVA e Numero di iscrizione nel Registro delle imprese di Brescia 11957540153



AVVISO DI GARA

Questa Società intende appaltare mediante procedura ristretta accelerata (D.lgs. 163/06) il servizio di smaltimento del percolato CER 19.07.03, prodotto dalle discariche APRICA S.p.A. site nella provincia di Brescia e, in opzione, il trasporto con autocisterne adeguatamente attrezzate con motopompa funzionante sia in mandata che in aspirazione agli impianti di destino CIG 0233321E90.

Il bando integrale è stato inviato per la pubblicazione alla Guce il 10.11.2008. Le domande di partecipazione dovranno pervenire ad APRICA S.p.A., via Lamarmora 230 Brescia, entro il 3.12.2008.

Copia del bando integrale ed ulteriori informazioni potranno essere richieste all'Ufficio Acquisti e Logistica Brescia (fax 030349697 e-mail elena.schivalocchi@a2a.eu) o consultabili sul sito Internet www.a2a.eu

ENTI PUBBLICI

**ENTI PUBBLICI,
C'E' UNO SPAZIO PERFETTO
PER COMUNICARE
CON LA CITTADINANZA:
GLI ANNUNCI
SU QUESTO GIORNALE**