

# Economia

Serafini (Uil)  
«La crisi  
non è finita»

BOLZANO — «Anche nella nostra provincia la crisi non è ancora terminata, infatti tutte e tre le tipologie di Cig sono in aumento rispetto all'ottobre del 2010». Lo afferma Toni Serafini della Uil. «I dati di ottobre 2011, ma soprattutto il raffronto fra i primi dieci mesi

dell'anno, evidenziano come le imprese abbiano ridotto il ricorso alla Cig. Resta prioritaria la necessità di investire in formazione, in particolare in quella continua, in ricerca e innovazione, per avere una economia più competitiva e miglior occupabilità dei lavoratori».

**Il gala** Commenti positivi sulla prima premiazione congiunta di Smg, Tis, Eos e Bls. Engl: «Pronti a ripetere l'evento nel 2012»

## «Notte degli Award, iniezione di fiducia»

Widmann: «Siamo piccoli ma bravi». Bizzo: «Modello di crescita per l'Italia»

### Marketing

#### I succhi inimitabili di Kohl

BOLZANO — La Kohl Obsthof Troidner chiude con l'award per il marketing, l'ultimo di una serie di premi che ha ricevuto nell'anno in corso, durante il quale Thomas Kohl, imprenditore di 41 anni, si è visto assegnare la «Pera d'oro» alla fiera «Ab Hof» di Wieselsburg per il miglior succo di mela di montagna e, alla fiera «Mostbarkeiten» a St. Paul in Carinzia, il premio per miglior succo di mela di montagna Gourmet con i lamponi. In venti anni, il maso chiuso Troidner è passato da agricoltura diversificata e allevamento di bestiame a un esteso meato con impianto per la trasformazione del raccolto in succo di frutta. Thomas Kohl è succeduto al padre dopo aver compiuto gli studi in agraria. Con grande orgoglio vengono mostrati i meleti che, oltre i 900 metri di altezza, a Auna di Sotto sul Renon, potevano sembrare a molti una pazzia. È poi iniziata la sperimentazione nell'abbinare alle mele altri frutti od ortaggi, dall'albicocca al ribes, alla carota. Un packaging accattivante, una bottiglia di vetro, molto simile a quelle di un buon vino. Attualmente la produzione è di sei succhi monovarietali e sei misti. Per l'impianto di trasformazione e stoccaggio non si è modificata l'architettura del vecchio maso.

C. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BOLZANO — «La Notte degli Alto Adige Award si ripeterà anche il prossimo anno, la prima edizione si è dimostrata un successo, una sana iniezione di fiducia per la nostra economia». Lo ha affermato Christoph Engl, direttore di Smg, tracciando il bilancio della serata di venerdì, una sorta di Notte degli Oscar in salsa sudtirolese per premiare le aziende che si sono distinte in quattro categorie. Un evento organizzato da Smg (marketing) insieme a Tis (innovazione), Bls (aree e investimenti) e Eos (export), tutte organizzazioni pubbliche controllate e finanziate dalla Provincia o dalla Camera di commercio. I premi sono andati a Salewa (investment), Nordpan (innovazione), Succhi di mela Kohl (marketing) e Loacker (export). Per gli organizzatori il bilancio è positivo, anche se le candidature per le 4 categorie sono state meno di 60, a fronte di 40mila imprese attive in Alto Adige (oltre alle 17mila agricole).

Federico Giudiceandrea, presidente dell'Eos, ha mostrato soddisfazione: «Premiare chi opera bene significa raccontare storie di successo che possono stimolare altre imprese. La novità è che i 4 pre-

mi, ciascuno simbolo di uno dei pilastri fondamentali del successo aziendale, vengono conferiti nella stessa serata: l'azienda perfetta esporta, innova, fa marketing e investe».

L'assessore provinciale Thomas Widmann ha aggiunto: «Al posto di quattro eventi separati ne abbiamo creato uno solo perché l'economia è fatta di sinergie. Grazie a questo concorso abbiamo scoperto che ci sono molte aziende capaci e dobbiamo esserne fieri. Siamo piccoli, ma bravi. Questa è stata la prima Notte degli Award, sono sicuro che già dal prossimo anno ci saranno più concorrenti».

Christoph Engl, direttore di Smg, ha raccolto la sfida per la prossima edizione: «Le quattro categorie sono ben distinte, un'azienda di successo potrebbe eccellere in più categorie. Va detto che sul marketing ha vinto un'azienda piccola, sugli investimenti una molto grande. I quasi 650 ospiti presenti in sala hanno testimoniato la riuscita dell'evento. Quando 10 anni fa Smg avviò il Marketing Award fu una novità. Pian piano anche le altre organizzazioni avevano creato o stavano creando i loro premi. Abbia-



Ideatori Hofer (Tis), Stofner (Bls) e Engl (Smg) con il presentatore

mo proposto di metterci insieme perché lavoriamo tutti per l'Alto Adige: chi per l'export, chi per il marketing, chi per attirare aziende e investimenti, chi per stimolare l'innova-

zione. Abbiamo lavorato due anni per questo evento e non a caso la data scelta è stata l'11/11/2011. L'Alto Adige dall'esterno è visto come unità, sintesi di diverse culture e di-

versi settori economici. Facciamo squadra. L'evento sarà ripetuto ogni anno, ma non aspettiamoci tantissimi concorrenti: le aziende partecipanti devono dimostrare di aver già realizzato un progetto vincente, i criteri di selezione sono rigidi e non basta presentarsi con una bella idea».

Nikolaus Tribus, presidente del Tis, è sicuro che la formula dei quattro premi nella stessa serata è positiva: «Dobbiamo far vedere agli imprenditori e ai cittadini che le nostre aziende si muovono e anche bene, un messaggio di fiducia in tempi di grande incertezza». Parole condivise dall'assessore all'innovazione Roberto Bizzo: «L'Italia ha bisogno di ritrovare fiducia nel futuro, l'Alto Adige cerca di dare l'esempio. La Provincia, tramite il bilancio, partecipa al risanamento dei conti pubblici, ma al contempo promuove la crescita stanziando il 2% delle risorse, pari a 96,7 milioni, proprio per l'innovazione. Basti pensare che due anni fa eravamo allo 0,47%. Senza innovazione non si rimane competitivi e quindi non si esporta, non si investe, non si fa marketing».

Felice Espro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Innovazione

#### Nordpan, il legno high tech

BOLZANO — Una materia prima tradizionale ed una tecnologia produttiva innovativa sono i punti di forza di Nordpan che si aggiudica l'award per l'innovazione. L'azienda di Valdaora, nata nel 1969, vanta oltre 40 anni di esperienza nella lavorazione del legname producendo pannelli in massello di elevata qualità. Fino al 1991 la produzione si è incentrata sui pannelli di compensato, nel 1992 è stata avviata la realizzazione di pannelli in legno massiccio e nel 1994 è entrata a far parte del gruppo Rubner. Nel 2006 è nata Nordpan Rubner.

Holzbauelemente GmbH come consociata di Nordpan AG a Strassen, nel Tirolo orientale ove è stata avviata la produzione di pannelli in massello multistrato. I due stabilimenti realizzano prodotti che consentono alla Nordpan di essere presente sui mercati internazionali e in tutta Italia. Assai vario è l'impiego dei pannelli della Nordpan, possono essere utilizzati nella costruzione di mobili, nel rivestimento di pareti, soffitti e coperture, nella pavimentazione, nella costruzione di porte e persiane, di balconi e persino nella realizzazione di capannoni industriali, case prefabbricate in legno e stand fieristici.

C. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Investimenti

#### Salewa, headquarter gioiello

BOLZANO — Salewa, vincitrice dell'Award nella categoria «investment» è l'azienda leader a livello europeo di articoli per l'alpinismo: ha le sue origini a Monaco con Josef Liebhart, durante la guerra fornisce articoli in pelle e tessuto, zaini e bastoncini da sci. Negli anni '50 entra nel mercato sportivo. I suoi prodotti vengono testati in condizioni estreme fin dall'inizio da diverse spedizioni quali quella del 1955 sulla Cordillera Bianca sino alla Groenlandia per il test prodotti nell'estate del 2011. La produzione viene localizzata in Cina fin dal 1978. Nel 1990 l'importatore bolzanino Heiner Oberrauch del gruppo Oberalp assume la guida del

marchio. Dal 2000 il vero boom produttivo asiatico che le ha permesso di ottimizzare il rapporto costi-prezzi, la produzione cinese copre circa il 50% del fabbisogno totale. In previsione di un aumento dei costi in Cina l'azienda ha allargato l'area di produzione in Vietnam, Taiwan e Giappone. Salewa ha realizzato un fatturato record di 165 milioni di euro con un aumento delle vendite del 9% nel 2010, ora va verso i 180 milioni. Dei 400 dipendenti 151 lavorano a Bolzano. La nuova sede realizzata in via Einstein è costata 38 milioni ed è un gioiellino architettonico e di ecocompatibilità.

C. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Export

#### Wafer Loacker in tutto il mondo

BOLZANO — È proprio il caso di dire che la vittoria è dolce, come i prodotti della Loacker, che si è aggiudicata il premio per l'export. Con una percentuale di crescita a due cifre sul fatturato negli ultimi cinque anni ed una forte vocazione internazionale, il marchio Loacker ha conquistato i mercati. Una storia di successo quella della piccola azienda familiare, il cui nome nel 1966 divenne il noto marchio. Fondata nel 1925, negli anni '80 inizia a distribuire wafer nel Nord Italia e avvia l'internazionalizzazione che la porta in tempi brevi sul mercato asiatico, europeo ed americano. Nel 1979 nasce la sede ad Auna di Sotto in contemporanea alla

prima confezione famiglia di wafer,, seguirà poi l'apertura di un nuovo stabilimento ad Heinfels (Austria) nel 1999. L'espansione avviene anche attraverso nuovi prodotti che si aggiungono ai wafer, quali la pasticceria e la cioccolateria. Nonostante la grande varietà di assortimento l'azienda presenta il medesimo packaging negli 80 paesi nei quali esporta, rendendosi immediatamente riconoscibile al consumatore. Tutto ciò porta Loacker a vincere nel 2003 il Candy Kettle Award e nel 2007 lo Sweets Global Award. Nel medesimo anno nascono i coffee-shop.

Caterina Pifano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fondazione  
Studi  
Consulenti  
del Lavoro

### Impresa&Lavoro I consigli dei Consulenti

Consiglio  
Provinciale  
dei Consulenti  
del Lavoro  
di Bolzano

## Apprendistato, 5 anni non solo agli artigiani

Con l'interpello n. 40/11 il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali inizia a proporre il proprio orientamento operativo sul nuovo apprendistato, entrato in vigore il 25 ottobre. Di sicuro questo interpello sarà il primo di una lunga serie, visto che il nuovo testo unico sull'apprendistato riscrive completamente la normativa e spazza il campo dalle vecchie norme ancora in vigore.

In tale frangente le prime richieste di chiarimenti si riferiscono alla possibilità di stipulare contratti di apprendistato professionalizzante o di mestiere, così come disciplinati dall'art. 4 del decreto legislativo 167/2011, per una durata massima di cinque anni anche per quei «profili professionali equipollenti a quelli dell'artigianato, anche se appartenenti a settori merceologici differenti».

Infatti la nuova normativa prevede la possibilità di estendere la durata di tale tipologia contrattuale oltre i tre anni per le sole figure professionali del settore artigiano, così come individuate dalla contrattazione collettiva di categoria. Il quesito alla base dell'interpello vuole entrare nel merito delle reali mansioni svolte dal lavoratore assunto con qualifiche di apprendista, a prescindere dal settore di inquadramento. Stiamo parlando di lavoratori che svolgono attività ad alto contenuto professionale ed a cui è richiesta un'elevata esperienza.

Non bisogna poi dimenticare, come sottolineato nell'interpello, come vi siano diversi contratti collettivi dei settori terziario, turismo - pubblici esercizi e panificazione in cui si riscontrano mansioni «i cui

contenuti competenziali sono omologhi e contrattualmente sovrapponibili» a quanto previsto da contratti collettivi del comparto artigiano.

La Direzione generale per l'attività ispettiva risponde affermativamente a quanto proposto dalle due associazioni datoriali, andando ad avallare un'interpretazione più ampia del dettato normativo che non potrà limitare l'estensione ai cinque anni per le sole figure professionali previste dai Ccnl del comparto artigiano, ma allargherà tale lettura anche a tutte quelle mansioni previste da contratti di comparti diversi che nella realtà dello svolgimento quotidiano sono caratterizzate da un grado di professionalità ed esperienza assimilabili a quanto previsto dai contratti collettivi artigiani di riferimento.

**L'incontro** Agenti di commercio a confronto sulle sfide future

## Klotz: puntiamo sulla qualità

BOLZANO — Un incontro tra colleghi per confrontarsi, dialogare e condividere esigenze ed esperienze. È lo scopo del «Matinée d'autunno» degli agenti e rappresentanti di commercio Fnaarc che ieri, nella sede dell'Unione Commercio, ha visto la sua seconda edizione.

«Gli agenti di commercio lavorano da soli e non hanno molte occasioni di confrontarsi tra loro — ha spiegato il presidente Fnaarc, Norbert Klotz —. Oggi il mestiere di rappresentante è cambiato radicalmente e sia i mandanti che i clienti richiedono da queste figure consulenza, informazione, assistenza, supporto, cortesia e piacere nei rapporti interpersonali, oltre ad un pizzico di psicologia. Noi agenti non siamo dipendenti delle aziende, ma veri e propri imprenditori, che rappresentano aziende terze verso i loro clienti».

Klotz ha sottolineato come sia fondamentale proprio un'attenta selezione in partenza da parte degli agenti dei prodotti e servizi che andranno a presentare, nonché essere sempre aggiornati: «Siamo noi a fare da filtro primario

tra chi fornisce e gli acquirenti. Se il prodotto non è di qualità o presenta qualche problema è a noi che il cliente si rivolge, ne va della nostra credibilità, prima ancora dell'azienda che lo fornisce. Oggi purtroppo è cambiato il modo di fare commercio, che si divide tra grande distribuzione, dove i rappresentanti sono fondamentalmente piazzisti, e piccola distribuzione, dove i commercianti puntano sulla qualità, cosa che fortunatamente in Alto Adige va ancora per la maggiore. Certo è che abbiamo bisogno di nuove leve, qualificate e motivate. Due anni fa, quando sono diventato presidente, l'età media era over 60, mentre oggi molti hanno dai 30 ai 40 anni».

Proprio l'innovazione tecnologica è stata al centro dell'intervento di Bruno Martello, docente del Cts Einaudi, che ha parlato di «New technology, l'utilizzo delle piattaforme social media e l'utilizzo dei supporti tecnologici, smartphone e tablet».

Andrea Scalco

© RIPRODUZIONE RISERVATA