

Economia

Csmt, nel 2014 il rosso supera il milione «Ecco il piano di rilancio, utile nel 2017»

Trichilo: «Il nuovo Centro ponte tra ricerca e industria». Accordo con la Cina per un polo asiatico

Il centro

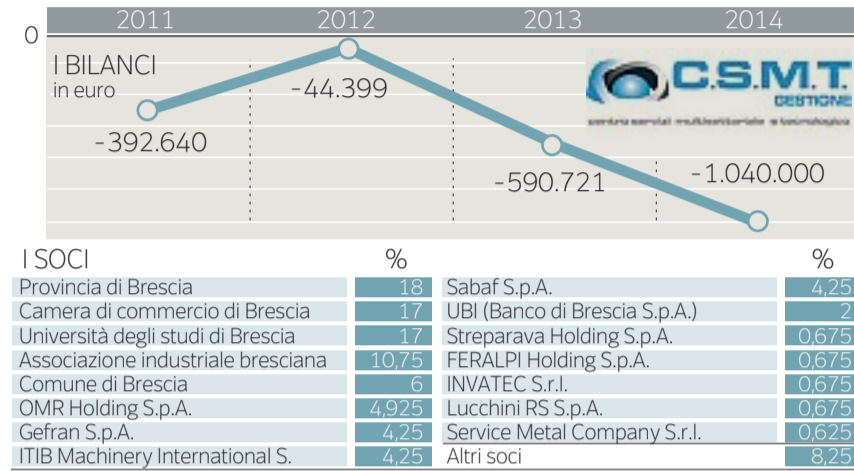


● La mission di CSMT è tradurre l'innovazione in applicazione, coniugando competenze universitarie pratica industriale. Questo il cda: Riccardo Trichilo (nella foto), Uggero De Miranda (Aib), Alessandra Flammini (Università), Paolo Streparava (Aib), Claudio Teodori (Università)

Alle spalle un bilancio 2014 chiuso con perdite superiori al milione di euro e i primi cinque mesi dell'anno «allineati alle previsioni del nuovo piano industriale». Davanti la sfida «difficile ma non impossibile» di arrivare alla sostenibilità dei conti nei prossimi tre anni. Passando per la realizzazione di quel piano di rilancio e di riorganizzazione che Riccardo Trichilo e Gabriele Ceselin, presidente e direttore generale del Csmt, nei giorni scorsi hanno presentato davanti al parlamentino di via Einaudi.

La Camera di commercio con il 17% è uno dei soci di maggior peso e ha recentemente confermato come «strategica» la sua partecipazione nel polo tecnologico. Anche per questo i consiglieri hanno voluto conoscere nel dettaglio il piano del Csmt 2.0 che, per la rivoluzione che vuole attuare, «può essere considerata una start up». E già nel titolo della prima slide l'obiettivo è chiaro: il nuovo Centro servizi multisettoriale e tecnologico sarà un «ponte tra ricerca e industria». Una sorta di «hub per il trasferimento tecnologico» ma anche «incubatore di nuove aziende» e «promotore di un sistema nel quale la ricerca

I numeri



sarà il sinonimo di soluzioni per un'industria che esprimerà i suoi bisogni» ed avrà nei «centri di competenza ad alto valore aggiunto» i suoi punti di forza. Partendo da alcuni servizi innovativi come il *project funding* (finanza agevolata) o di «ricerca applicata e sostenibilità dei prodotti», passando da nuovi processi gestionali o ai servizi di formazione, per arrivare alla «storica eccellenza della scuola di pressocolata». Un mix tra novità e tradizione che avrà bisogno di un «nuovo riposizionamento commerciale», come ha spiegato il direttore Gabriele Ceselin, «e di una riorganizzazione delle risorse». Senza timori a dismettere asset che non hanno reso secondo le aspettative, come le lavorazioni ultra precise che saranno cedute all'Università. Ma ad essere nuovi sono soprattutto i presupposti di questa ripartenza. «Stiamo proponendo qualcosa con un alto valore aggiunto — ha ricordato Trichilo — e c'è un nuovo impegno concreto di Aib e Università. Starà a noi coinvolgere maggior-

mente le aziende associate e cercarne di nuove». Un esempio: Aqm, attraverso il contratto di rete con il Csmt, già oggi può portare in dote circa 6mila clienti. Una sfida che il presidente vuole giocare in prima persona su un binario di obiettivi: quello economico che prevede perdite per 348mila euro nel 2015, di 63mila nel 2016 per arrivare ad un sostanziale pareggio nel 2017 e con il fatturato che dagli attuali 1,3 milioni dovrà arrivare a 2,8. E sul piano «culturale» per creare un nuovo Csmt «competitivo, innovativo, attrattivo e sostenibile» che sappia dare risposte a «investitori, imprenditori e cittadini».

2,8

I milioni di euro di fatturato da raggiungere nel 2017

mente le aziende associate e cercarne di nuove». Un esempio: Aqm, attraverso il contratto di rete con il Csmt, già oggi può portare in dote circa 6mila clienti. Una sfida che il presidente vuole giocare in prima persona su un binario di obiettivi: quello economico che prevede perdite per 348mila euro nel 2015, di 63mila nel 2016 per arrivare ad un sostanziale pareggio nel 2017 e con il fatturato che dagli attuali 1,3 milioni dovrà arrivare a 2,8. E sul piano «culturale» per creare un nuovo Csmt «competitivo, innovativo, attrattivo e sostenibile» che sappia dare risposte a «investitori, imprenditori e cittadini».

Che qualcosa si stia muovendo lo testimonia anche l'accordo che sarà presentato oggi, a Brescia, tra il Centro servizi e la società cinese Ximeng, che ha come obiettivo la realizzazione di un Csmt nel continente asiatico a supporto delle aziende italiane che internazionalizzano. La società, partecipata dal Csmt, fornirà consulenza tecnologica e servizi per l'innovazione; il polo bresciano metterà a disposizione le proprie esperienze nel trasferimento tecnologico.

Roberto Giulietti
© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN BREVE

ORDINE DEGLI INGEGNERI
Piattaforma e-learning ma redditi medi in calo

Calmierare i prezzi dei corsi di formazione e permettere ai professionisti di seguirli quando hanno tempo, grazie all'e-learning. È duplice l'obiettivo raggiunto dall'Ordine degli Ingegneri di Brescia che ha creato «Fading», acronimo di «formazione a distanza degli ingegneri». La piattaforma, voluta dal presidente Marco Belardi, è uno strumento che «ha consentito una riduzione media dei costi del 35%». Per garantire l'efficienza delle proposte, i corsi online saranno valutati dai singoli utenti, sul modello Tripadvisor. Obbligatorio per gli iscritti (30 crediti l'anno), l'aggiornamento professionale è un onere che si affianca ad incassi in discesa: «Il reddito medio è di 18mila euro — racconta Belardi — ed è sceso del 35% negli ultimi 5 anni». Se ne è parlato anche ieri all'assemblea degli iscritti, alla Rocca di Lonato. (m.tr.)

L'INTESA

Apindustria e A2A partnership rinnovata

Rinnovato anche per il 2015 l'accordo di partnership fra Apindustria e A2A Energia, sia per quel che riguarda le forniture di energia elettrica, sia per quelle di gas metano. Gli accordi interessano circa 400 imprese associate per un consumo complessivo di circa 100 milioni di kWh di energia elettrica e 20 milioni di mc di gas. L'accordo prevede tariffe in sensibile ribasso per un risparmio complessivo sulla bolletta elettrica di 850mila euro l'anno e sulla bolletta del gas di 250mila euro. «La continuità della collaborazione con Asmea prima e con A2A oggi — ha spiegato Douglas Sivieri, presidente Apindustria Brescia — permette di offrire ai nostri associati non solo un risparmio effettivo, ma anche un servizio attento e personalizzato». La partnership coinvolge anche la concessionaria Bmw Nanni Member, per quel che riguarda la mobilità sostenibile.

AGRICOLTURA

Olio extra-vergine produzione giù del 30%

Nell'anno in cui l'Italia mette in mostra le proprie eccellenze a Expo, il made in Italy soffre. O, almeno, a essere penalizzato è l'olio extravergine. Che nei primi tre mesi del 2015 deve affrontare la sfida della concorrenza tunisina. «Un'invasione» dice Ettore Prandini, vicepresidente nazionale di Coldiretti. Nei primi tre mesi dell'anno dalle coste dell'antica Cartagine le importazioni in Italia sono cresciute del 68%. Un aumento legato ad una pessima annata, il 2014, con la produzione nazionale ridotta del 35%. Nel bresciano, che tra Garda e Sebino raggruppa il 90% degli uliveti lombardi, l'anno scorso la produzione è dimezzata. Per quest'anno Coldiretti prevede un calo del 30% rispetto alla media, con un miglioramento del 50% rispetto al 2014. La fioritura è in corso: scarsa quella del Leccino, vanno bene varietà come Casaliva e Sbresa. (m.tr.)

Il convegno

di **Davide Bacca**

Stain, l'innovazione compie 25 anni «Così la fabbrica diventa digitale»

Da Beretta a Feralpi, 14 aziende raccontano la loro trasformazione

«Trasformazione digitale? In fondo sono un "metalmecanico"». La battuta di Franco Gussalli Beretta rende bene la diffidenza che ha circondato (e forse circonda ancora) l'introduzione dell'informaticizzazione in fabbrica. Eppure proprio l'azienda di Gardone Val Trompia, con i suoi 500 anni di storia, dice come la tradizione debba essere alimentata da innovazione e ricerca. «L'eredità etica e morale» della famiglia Beretta è proprio quella: «Non fermarsi mai».

E così anche la Fabbrica d'armi è finita tra i clienti di Stain, l'impresa di software di Brescia, partner tecnologico di alcune delle più importanti aziende bresciane, e non solo. Stain festeggia 25 anni e lo fa a modo suo: un ebook (curato da Roberto Barucco, scaricabile dal portale 25.stain.it) che racconta le storie di 14 aziende (da Arvedi a Fondital, da Beretta a Feralpi, da Italfond a Eredi Gnutti Metalli) che si sono affidate alla società bresciana per digitalizzare i loro processi produttivi; e un convegno, ieri, al Museo Mille Miglia, per confrontare le esperienze della fabbrica digitale.

«La digitalizzazione — ha spiegato Claudio Morbi, ad di Stain — è un salto culturale: significa elevare i margini, ridurre i costi, rendere più efficiente la produzione». Tasti su cui ha spinto anche Paolo Streparava, vicepresidente Aib con delega all'innovazione, fresco cliente



Morbi
Digitalizzare è scelta tecnologica e culturale



Pasini
Possiamo correggere gli errori in tempo reale



L'incontro
A sinistra un momento della tavola rotonda «La fabbrica digitale» ieri al Museo Mille Miglia (Fotogramma)

di Stain: «Digitalizzare significa conoscenza, avere a disposizione dati e informazioni per prendere decisioni tempestive». Ad aprire la strada è stata per certi versi la Brawo di Piancamuno, nel 2001: «La ricerca

della massima efficienza e il ricambio generazionale ci hanno portato a fare questa scelta — ha spiegato Stefano Patelli, responsabile di stabilimento — I risultati? Indice di produttività cresciuto del 20%, costi per

L'operazione Grande distribuzione



Italmark ha acquisito il 70% di Family Market

Il 27 maggio Italmark (54 punti vendita) ha acquisito il 70% del Family Market (23 punti vendita). Nasce così un colosso della grande distribuzione da 500 milioni di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA