

TESTATA: Corriere della Sera BS
DATA USCITA: 4 aprile 2014
ARGOMENTO: Majolini

Economia

13% La quota di fondi erogati sul totale comunitario dalla Stato italiano. Sotto forma di finanziamenti alle imprese italiane è però giunto solo l'8 per cento

15.000 Le imprese manifatturiere attive sul territorio della provincia di Brescia che potrebbero proporre alla Commissione europea un progetto finanziabile

Industria Pochi, in provincia, i progetti finanziati dal Settimo programma quadro archiviato nel 2013. Si può far meglio
Fondi europei, Horizon chiama Brescia
 Da Bruxelles sul tavolo un'iniezione di carburante da 70 miliardi in sei anni

Il piatto è sempre più ricco. Ma difficile da portare a casa. Con l'avvio, all'inizio dell'anno, di Horizon 2020 si è aperto un nuovo capitolo nella corsa ai finanziamenti europei per l'innovazione. A disposizione di imprese, università e centri di ricerca ci sono oltre 70 miliardi di euro (20 in più del precedente Settimo Programma quadro archiviato nel 2013) con cui l'Europa intende rilanciare la propria leadership industriale in molti settori.

«Un'iniezione di carburante per dare spinta a un motore un po' inceppato» dice Fabrizio Spada, direttore ufficio di rappresentanza della Commissione Europea a Milano. Una bella occasione per le imprese, da non scambiare però per un generoso finanziamento a pioggia. I bandi sono selettivi e destinati a programmi molto innovativi, dove il rischio di fallire è elevatissimo. Dunque, un'azienda che voglia semplicemente ammodernare i propri macchinari è meglio che busa a un'altra porta.

Ciò non toglie che le imprese bresciane possano fare meglio che in passato nell'intercettare queste risorse (non più dello 0,6% dei fondi messi a disposizione dal Settimo Programma quadro). Una debolezza comune peraltro all'intero paese. Guardando ancora al precedente programma di funding comunitario, si scopre infatti che l'Italia, pur figurando tra i maggiori contribuenti con circa il 6% del totale (alle spalle solo di Germania e Francia), è riuscita a ottenere meno dell'8% di risorse a sostegno dei propri progetti, mentre Regno Unito, Olanda e Belgio sono stati capaci di portare a casa ben più di quanto speso.

Una tendenza da invertire al più presto, anche in ragione del fatto che — a meno di radicali cambi di rotta — i soldi a sostegno di ricerca e innovazione in futuro arriveranno sempre più dall'Europa e sempre meno dalle casse di Roma. Di una cosa a Bruxelles sono certi: Horizon 2020 è un passo avanti rispetto ai programmi precedenti. «Si

tratta di un piano più concreto e più utile alla crescita economica, rivolto all'eccellenza tecnologica ma con un'attenzione particolare all'applicazione industriale» spiega ancora Spada. E in effetti un approccio *close to market*, dall'idea al mercato, era stato invocato a gran voce dalle imprese, che in passato avevano giudicato i programmi europei troppo sbilanciati verso la ricerca di *frontiera*, fondamentale certo, ma troppo lontana dalla produzione.

Sono poi state uniformate e semplificate le procedure d'accesso ai bandi, che nei programmi precedenti venivano considerate troppo complesse. Finalmente è inoltre stato introdotto uno strumento dedicato alle piccole e medie imprese, con nuove e specifiche caratteristiche per accedere ai bandi (si veda l'articolo sotto).

Il sostanzioso budget di Horizon è ripartito su tre pilastri, che coincidono con gli obiettivi strategici posti dall'Europa da qui al 2020: eccellenza in campo scientifico (24,4 miliardi); leadership industriale (17 miliardi) per fare del Vecchio Continente un luogo più attraente per investire, promuovendo l'attivi-



Per cento La quota di fondi stanziati dall'Unione europea che è giunta alle aziende della provincia di Brescia nel periodo compreso fra 2007 e 2013 nel quale è rimasto in vigore il Settimo programma quadro

delle imprese; e sfide sociali (29,7 miliardi) che racchiudono un vasto elenco di materie: dall'efficienza energetica ai trasporti verdi, dalle azioni sul cambiamento climatico alla sicurezza alimentare e molto altro ancora. I bandi finanziano a fondo perduto dal 70 a 100% dei costi del progetto.

Nicola Motinelli

» Il **dispositivo** Si stima che le realtà «target» non superino il 6% del totale delle aziende
E dall'Ue una finestra ad hoc per le Pmi
 Vicini (Warrant): sarà un'opportunità solo per i più innovativi

In Europa ci sono più di 20 milioni di Pmi e molte di queste aspettano misure specifiche. Lo strumento previsto da Horizon si chiama «innovazione nelle Pmi» e Bruxelles stima che le imprese target siano tra l'1 e il 6% del totale.

«Lo strumento è molto interessante, ma non va interpretato come un contributo per le innovazioni incrementali delle imprese. Non è un caso che i funzionari della Commissione ab-

L'approccio
 Le imprese potranno proporre progetti propri «dal basso»

biano parlato di una Champions League per imprese innovative con pochi vincitori. Con Innovations in SMEs verranno infatti finanziati progetti eccellenti, che dovranno avere grande potenzialità in termini di diffusione commerciale e di impatto economico», fa notare Isella Vicini, direttore della European Funding Division di Warrant Group, società di consulenza specializzata nella finanza agevolata. Tra le novità più significative, l'ap-

proccio *bottom up*, ossia la possibilità per l'impresa di proporre di sua iniziativa un progetto innovativo (mentre solitamente le aziende rispondono a una call della Commissione).

Inoltre, per alcuni bandi, una Pmi potrà presentarsi da sola, senza l'obbligo di creare una partnership con altri due soggetti dell'Unione, come di norma avviene per accedere ai fondi europei. (nott.)

Partecipate

Un 2013 positivo per Brescia Mobilità
 In rosso i conti di Omb International

«Bene il comparto mobilità, in utile tutte le società di Brescia Mobilità impegnate in quest'ambito strategico, male il risultato di Omb International, ma il processo di cessione e di rilancio è a un passo dall'essere positivamente completato». Così Valerio Prignachi, presidente della holding comunale Brescia Mobilità, ha commentato ieri i dati economici al 31 dicembre 2013 del gruppo, il quale ha fattura complessivamente, come ricavi dalle varie attività controllate o partecipate, oltre 150 milioni di euro e impiega circa 1.200 addetti. «Con la fusione per incorporazione di Sintesi Spa — si legge nella nota diffusa ieri al termine del cda che ha approvato il bilancio — si è chiuso un esercizio denso di attività e complessità per il gruppo comunale e che si è aperto con la partecipazione in MetroBrescia (la società che conduce e mantiene la metropolitana cittadina, in funzione dal marzo dello scorso anno ndr)». Nel dettaglio, Brescia Mobilità Spa ha registrato ricavi per 49,7 milioni di euro con un utile di 35 mila euro, Brescia Trasporti un fatturato di 44,5 milioni per un netto di 328 mila euro, MetroBrescia ricavi totali a 13 milioni e un risultato d'esercizio di 129 mila euro, Apam Esercizio 30 milioni di fatturato per mezzo milione di utile mentre Omb, a fronte di 13,9 milioni di fatturato ha registrato una perdita di 1,5 milioni.



Presidente
 Valerio Prignachi

Video Expo 2015

Dalla Lombardia 12,4 milioni a sostegno dell'offerta turistica

In vista di Expo 2015 Regione Lombardia mette a disposizione 12,4 milioni di euro per turismo e accoglienza. Tutte le micro, piccole e medie imprese che operano in questi settori potranno chiedere un finanziamento per investimenti strutturali di ammodernamento. Il bando è indirizzato non solo agli alberghi ma anche a bar, ristoranti e negozi alimentari al dettaglio. Ieri l'assessore regionale al Commercio, Alberto Cavalli, ha presentato il progetto di contributi al credito, «Lombardia Concreta»



Al commercio
 Alberto Cavalli

nell'auditium della Confesercenti di Brescia. «Sono misure innovative che le associazioni di categoria ci hanno chiesto — spiega l'assessore —. Vogliamo sostenere le imprese attraverso contributi in conto interessi per l'abbattimento del 3% dai tassi praticati dal sistema bancario, sui finanziamenti concessi alle imprese e attraverso una garanzia agevolata laterale attraverso i consorzi fidi accreditati». Le imprese potranno richiedere finanziamenti che vanno da un minimo di 30 mila euro a un massimo di 300 mila. I 12,4 milioni di euro di risorse regionali (10 milioni per l'abbattimento degli interessi e 2,4 milioni per il sostegno alle garanzie) faranno leva per 100 milioni di euro di finanziamenti.

Silvia Ghilardi

La storia

L'azienda produce ogni anno 150 mila bottiglie su 26 ettari per un fatturato che nel 2013 ha raggiunto gli 1,2 milioni di euro dopo due anni di calo

Majolini, quel vino «difficile» che nasce dalla pietra calcarea

E in vigna un gioiello che viene dal passato

di MASSIMILIANO DEL BARBA

C'è una sottile fila di tralci, sulle colline che a nord chiudono all'abitato di Ome la vista sul lago e le sue torbierie, che guarda al passato. A quando, cioè, la Franciacorta non era quella vigna capace di tradurre il lavoro in 14 milioni di bottiglie. Meno di 500 piante, ancora a piede franco pre-fillossera, che forse rappresentavano l'ultima traccia autoctona di cos'era, a sud del Sebino, fare vino prima dell'industrializzazione da Metodo classico.

Uva Majolina, che fa un rosso da imbottigliare in purezza per gli amici. «Niente di commerciale, per ora» racconta Simone Majolini, ad delle omonime cantine (cambia solo la j semivoca-



In azienda

L'azienda agricola Majolini è gestita — da sinistra verso destra — da Giovanni, Elena e Simone Majolini. Quest'ultimo ricopre la carica di amministratore delegato.

Attiva a Ome dal 1981 si è trasferita in località Valle negli anni Novanta

lica ancien régime), 26 ettari da cui nascono 150 mila bottiglie fra Brut Satèn, Pas Dosé e Millesimato per un fatturato di 1,2 milioni. Ed è da quella radice — botanica e quindi poi anche linguistica — che i Majolini, schiatta segnalata in zona fin dal Quattrocento, con la loro cantina abbarbicata sul pendio della

valle calcarea acquistata e ristrutturata negli anni Novanta, traggono origine. Una grossa emme sulle loro bottiglie, una squadra giovane a trazione femminile (cinque donne sugli otto fra soci e collaboratori) e un piano di espansione che passa dalla commissione fra moda, arte e bollicine: la prima partnership con lo scultore Aligi Sassu, e poi la presenza fra gli spazi produttivi delle opere di Giuseppe Bergomi, degli stilisti Roberto Rimonaldi (oggi in Ferré) e Siri Willoch nonché dell'ebanista Luciano Molinari per veicolare il valore aggiunto di un prodotto incredibilmente strutturato. «No — prosegue Majolini — non saremo a Vinalty: questa terra, posata sul calcare del medolo, un tempo la roccia litografica per anatomista, genera un vino ad altissima mineralità, salinità e longevità, quindi meno semplice da capire». Il caos da mass market della kermesse veronese non scalda il cuore ai tre cugini Majolini che gestiscono l'impresa oltre a Simone, Giovanni ed Elena.

«Meglio appuntamenti come il Pro Wein di Düsseldorf, dove durante l'ultima edizione dello scorso marzo abbiamo raccolto una ventina di nuovi contatti interessanti». Tanta Italia, soprattutto il nord, Roma e la Puglia, ma an-

che una fetta di estero, che si traduce per ora quasi esclusivamente nel mercato statunitense (New York e San Francisco) e giapponese. «Sul totale del fatturato, ora l'export è sotto il 10%, ma stiamo lavorando per portarlo al 30 in quattro anni. Una grossa mossa — sottolinea l'ad — ce la sta dando il Consorzio». D'altronde la Franciacorta è un piccolo territorio fatto principalmente di piccole imprese con una piccola esperienza internazionale. Inutile fare paragoni con lo Champagne (350 milioni di bottiglie), il Cava (300) e neppure il Prosecco (200). «Ma questo ci dice che abbiamo molte possibilità di crescita. Non è fantascienza pensare che in cinque anni, grazie al lavoro consortile sui mercati esteri, il Metodo classico bresciano possa diventare un player globale importante. Ce lo insegna, appunto, la storia del Prosecco».

Per ora, tuttavia, è il mercato interno a fare i fatturati. Per tutto il comparto franciacortino come per Majolini. «Veniamo da due anni di crisi (rispettivamente -5 e -11%, ndr), ma qualcosa sta cambiando. Nel primo trimestre di quest'anno, infatti, le vendite grazie soprattutto alla ripresa del canale HoReCa italiano hanno registrato un incremento del 30 per cento. Benaugurale».

Simone Ghilardi