



Camera di Commercio  
Cuneo



C O M U N I C A T O   S T A M P A

## **XIII GIORNATA DELL'ECONOMIA: DAL LAVORO I PRIMI SEGNALI DI RIPRESA PER L'ECONOMIA CUNEESE**

**La Camera di commercio presenta il Rapporto Cuneo**

*"Sono i dati del mercato del lavoro diffusi dall'ISTAT a parlare di ripresa per la provincia di Cuneo".* Lo ha evidenziato nel suo intervento il presidente della Camera di commercio Ferruccio Dardanello alla presentazione del **"Rapporto Cuneo"**, avvenuta in Camera di commercio **lunedì 25 maggio**, in occasione della **XIII Giornata dell'Economia**.

*"Il 2014 ritorna a dare evidenza al ruolo di locomotiva che Cuneo riveste nel panorama nazionale - ha sottolineato **Ferruccio Dardanello** -. L'incremento di 6.000 unità registrato dall'occupazione nel 2014 si è tradotto, per la nostra provincia, in un tasso di disoccupazione annuo del 5,3% (è l'11,3% in Piemonte e il 12,7% in Italia), ma il dato più sorprendente è quello della disoccupazione giovanile che, per la nostra provincia, si attesta al 17,4%, quando le statistiche ci sottolineano i record negativi raggiunti dall'Italia e dal Piemonte, superiori al 42,0%".*

I dati del 2014, illustrati nel Rapporto Cuneo, fotografano una realtà cuneese ancora caratterizzata da luci e ombre, il panorama economico e sociale è ovviamente composito e i numeri diffusi dalla Camera di commercio lo evidenziano. Al momento il periodo più grave della crisi sembra alle spalle e già emergono con forza segnali di ripresa, pur restando ancora evidenti le ripercussioni sul tessuto imprenditoriale.

Per il quarto anno consecutivo il risultato del **registro imprese** camerale è negativo (**-604 unità**), in quanto le imprese che hanno cessato la propria attività sono in numero superiore rispetto a quello delle realtà

imprenditoriali di nuova creazione. A fine dicembre, il registro camerale si attesta così a 70.070 imprese, che raggiungono le 83.432 considerando le unità locali.

Nel 2014 i segnali di ripresa provengono dalle indagini congiunturali, condotte dal sistema camerale piemontese e dal commercio estero. Nel 2014 il valore delle **esportazioni cuneesi di merci ha raggiunto i 7,0 miliardi di euro**, registrando un incremento del 7,6% rispetto al 2013 a fronte di variazioni più contenute a livello regionale (+3,3%) e nazionale (+2,0%).

Anche nel 2014 un contributo importante è stato fornito dal **comparto turistico** provinciale, che ha fatto registrare un trend in crescita, sia per quanto concerne la disponibilità di strutture che per l'andamento di **arrivi** (586.469, **+3,0%** sul 2013) e **presenze** (1.645.947, **+2,2%**).

*"I risultati evidenziati dal rapporto sull'economia cuneese – afferma **Giuseppe Tardivo**, professore ordinario di Economia e gestione delle imprese dell'Università di Torino e coordinatore del Campus di Management ed Economia sede di Cuneo - particolarmente significativi per l'occupazione e il commercio con l'estero, sono frutto delle sinergie sviluppate dagli attori del territorio: dalle imprese, dalle istituzioni e dall'università che hanno saputo fare gioco di squadra e crescere insieme. La sfida da affrontare è avvincente e dà adito alla speranza, ma occorre giocarla da protagonisti".*

All'analisi dei dati economici e statistici, presentati da **Giuseppe Tardivo**, sono seguite le **testimonianze di tre imprenditori cuneesi** (di cui si riportano le dichiarazioni al fondo del comunicato) di grande rilievo nel panorama nazionale ed internazionale, con uno sguardo all'**agroalimentare** e alla **meccanica** a esso collegata, grazie a Expo oggi all'attenzione del mondo.

**Amilcare Merlo, Marco Brandani e Maurizio Galfré**, moderati da **Gianni Martini capo-servizio de La Stampa**, hanno raccontato come, nella gestione delle rispettive imprese, hanno saputo cogliere i temi dell'innovazione digitale, della qualità delle produzioni e della

qualificazione e formazione del personale, per affrontare e vincere le sfide dei mercati internazionali.

Il **2014** sembra dunque rappresentare per la realtà cuneese un **punto di svolta** rispetto agli anni trascorsi, pesantemente segnati dalla crisi, come attestano anche le previsioni per i prossimi anni, che delineano una progressiva crescita del valore aggiunto, un consolidamento delle vendite oltre confine e una graduale ripresa dei consumi interni.

Come evidenziato dalle testimonianze degli imprenditori, nell'era del web 2.0 sono le imprese che hanno saputo innovare mantenendo i legami con il territorio quelle che stanno dimostrando di saper trainare la nostra economia offrendo maggiori opportunità per la crescita occupazionale, in particolare giovanile. Per questo è importante che la politica, con le istituzioni, gli enti e lo stesso sistema camerale, siano al fianco delle imprese per aiutarle a cogliere la sfida rappresentata da questi primi segnali di ripresa.

*"Gli investimenti sostenuti dalla passione e dal coraggio imprenditoriali - **ha concluso Dardanello** - devono essere accompagnati da chiari indirizzi di politica economica che sappiano spingere più incisivamente verso l'innovazione, così che anche i brillanti risultati registrati dall'occupazione cuneese possano consolidarsi e tradursi in durature e concrete opportunità di lavoro e di benessere per i giovani e le famiglie".*

Il Rapporto Cuneo, con oltre 200 tabelle e 100 grafici e un'analisi approfondita dell'economia provinciale, è realizzato dagli uffici studi dell'ente camerale e di Unioncamere Piemonte ed è liberamente consultabile al sito internet [www.cn.camcom.gov.it/rapportocuneo](http://www.cn.camcom.gov.it/rapportocuneo)

-----

Dichiarazione dei tre imprenditori intervenuti

**Amilcare Merlo, presidente del gruppo Merlo**

"Penso che non esista un modo solo per uscire dalla crisi, ma sono convinto che ci siano due precondizioni indispensabili affinché le aziende superino questo momento di difficoltà e tornino ad affermarsi sui mercati: gli investimenti in innovazione, che sono il modo per realizzare prodotti

nuovi, performanti e di qualità, e l'internazionalizzazione della rete distributiva. Al giorno d'oggi occorre essere un "player globale" presente nel mondo per poter sostenere le vendite e compensare fra loro i cicli economici delle varie aree geografiche. A queste due pre-condizioni ne aggiungerei un'altra, importantissima in Italia. La scuola e le aziende devono essere più vicine, collaborare per permettere alle aziende di attingere all'eccezionale capitale umano e di conoscenze che è presente nei nostri istituti e nelle nostre università. Dall'altra parte le aziende sono lo strumento per dare un futuro, in Italia, ai tanti giovani che oggi sono costretti ad andare a lavorare all'estero. Con innovazione, internazionalizzazione e creazione di una rete scuola-azienda sono sicuro che il nostro paese tornerà a crescere".

### **Marco Brandani, amministratore delegato di Maina**

"Premesso che non esistono ricette preconfezionate per uscire dalla crisi e che anche il settore agroalimentare ha dovuto fare i conti con le sue difficoltà in questi anni, posso dire che la nostra azienda è riuscita a reggere i colpi del non semplice momento economico e a crescere sui mercati internazionali grazie a tre ingredienti fondamentali: la famiglia, la tecnologia e l'amore per la qualità. Da oltre 50 anni Maina, infatti, procede secondo le logiche di buon senso e oculatezza che ispirano un'impresa familiare, principi che hanno saputo mettere al riparo l'impresa nei momenti più complicati. Dal 2014, inoltre, è in atto un processo di potenziamento dell'azienda, con l'ampliamento del sito produttivo e numerose innovazioni tecnologiche, per un investimento complessivo di 20 milioni di euro, che andranno ad aumentare la competitività e l'efficienza di Maina. Infine, l'ingrediente più importante: la passione per le cose fatte bene, seguendo i tempi della tradizione, utilizzando ingredienti selezionati e perfezionando di anno in anno le ricette, per potersi inserire sempre di più e meglio tra i prodotti acquistati dal consumatore per la loro qualità. Questo segmento di mercato, numeri alla mano, ha dimostrato non solo di reagire meglio alla crisi, ma anche di crescere più di altri".

## **Maurizio Galfrè, amministratore delegato di Galfrè Antipasti**

“Dal 1901 la Galfrè Ghiotto produce specialità piemontesi: gli antipasti espressione di saperi artigianali e sapori tipici del nostro territorio con materie prime di qualità a km 0 e di origine italiana. Comunichiamo questi valori che la nostra azienda da sempre si impegna a perseguire attraverso le web technologies, un'opportunità unica per creare visibilità raccontando al mondo la storia della nostra azienda e dei nostri prodotti”.

Cuneo, 25 maggio 2015