

Black friday mania, boom di acquisti on line

Indagine Lapam sullo shopping scontato. Casolari: «Necessaria una formazione continua delle imprese per restare competitive»

«In occasione del 'Black Friday', una moda importata dagli Stati Uniti che entrata nel nostro Paese già da alcuni anni, Lapam ha analizzato la situazione dell'e-commerce delle aziende e delle vendite online – dice Daniele Casolari, responsabile categorie Lapam –. Il nostro ufficio studi ha preso in esame i dati per mettere in luce un fenomeno sempre più diffuso che però presenta anche zone d'ombra. Basti pensare alla tassazione per i giganti del web, che si configura come concorrenza sleale nei confronti dei negozianti. Ma – sottolinea Casolari – l'indagine evidenzia anche come le micro e piccole imprese artigiane e commerciali stiano sempre più utilizzando le nuove tecnologie per proporsi ai clienti».

Il commercio elettronico ha visto una forte crescita durante il periodo di pandemia, in Italia tra settembre 2019 e settembre 2021 l'aumento è stato del 57,9%. I dati riferiti all'Ict nelle imprese con 10 addetti e più evidenziano che la quota di imprese che vendono tramite e-commerce è passato dal 15,8%, del 2019, al 17,2%, del 2020 (a fronte del 16,3% della media nazionale), a dimostrazione di una crescita costante che la pandemia ha accentuato.

Secondo gli ultimi dati disponibili al 2019 si acquistano maggiormente articoli per la casa, richiesti dal 43,3% del totale de-



gli e-shoppers; seguono abiti e articoli sportivi con il 39,4%, pernottamenti per vacanze con il 31,2%, altre spese di viaggio per vacanze con il 28,2%, libri (inclusi e-book) con il 24,6%, biglietti per spettacoli con il 22,5%, attrezzature elettroniche con il 22,4%, prodotti alimentari

SPRINT

«Il commercio elettronico ha visto una forte crescita durante la pandemia»

con il 14%, servizi di telecomunicazione con il 10,4% e film e musica con il 9,3%. Confrontando queste quote con quelle rilevate a livello medio nazionale si osserva una propensione maggiore dei nostri navigatori ad acquistare sul web articoli per la casa, biglietti per spettacoli, pernottamenti per vacanze, altre spese di viaggio per vacanze e videogiochi. Va inoltre avanzata un'altra considerazione: nella produzione dei due articoli più venduti sul web (abbigliamento e articoli per la casa) sono attive quote significative di micro e piccole imprese artigiane.

Nel corso dell'emergenza sanitaria le imprese artigiane hanno maggiormente ricorso al canale digitale per relazionarsi con clienti e fornitori: il 72,4% delle imprese intervistate ha implementato l'utilizzo di uno o più strumenti digitali tra i quali sito web, social network ed e-commerce. «Il Black Friday sta portando in generale ad anticipare gli acquisti natalizi come trend di consumo, un fenomeno che si sta consolidando in questi ultimi tempi – sottolinea e conclude il responsabile categorie Lapam Casolari –. A questo è importante aggiungere come sia necessaria una formazione continua da parte delle imprese per restare competitive su un mercato sempre più complesso».

PREMIO REGGIANI

Abitcoop, tornano le borse di studio

E' giunto all'undicesima edizione il Premio Francesco Reggiani, col quale Abitcoop ogni anno gratifica i più brillanti laureati fra i propri soci e figli di soci. L'istruzione di qualità – goal previsto anche dall'Agenda Onu 2030 – è un tema cui Abitcoop tiene in particolare modo, e queste borse di studio intendono sostenerla, incentivando al contempo chi decide di occuparsi di sostenibilità ambientale: è infatti previsto un premio preferenziale per chi ha conseguito la laurea in Ingegneria per l'ambiente e il territorio.

L'elevato numero di partecipanti a ciascuna edizione e le ottime votazioni conseguite hanno indotto la Cooperativa ad introdurre due novità nel bando 2022: la prima è che potranno concorrere solo laureati e la seconda è l'innalzamento del voto finale di laurea, che non deve essere inferiore a 105/110.

L'idea

Nasce il 'Made in Motor Valley'

La terra dei motori è ricca di grandi marchi prestigiosi, conosciuti in tutto il mondo. Dietro quei grandi marchi, però, c'è una ricchissima filiera di piccole e medie aziende, specializzate, che lavorano lontano dai riflettori. A volte, addirittura, il legame con i grandi marchi prestigiosi le costringe contrattualmente alla segretezza. Come aggiungere valore ad un lavoro così speciale e qualificato? Con un marchio collettivo. Questa è la risposta che Socrate Zizza, imprenditore di Finale Emilia sino ad oggi noto soprattutto per la sua attività nel campo della illuminazione, ha escogitato registrando il marchio 'Made in Motor Valley'. L'idea è quella di proporre alla vasta platea – oltre seimila – di imprese che ora vivono all'ombra dei grandi marchi, di accendere una luce pro-

pria fregiandosi di un marchio che riconosca nel mondo la loro eccellenza, quella appunto della 'Valle dei Motori'. «Tutto è nato quasi per caso. Lavorando con un'azienda della zona che produce un tunnel luminoso speciale per verificare che dopo la lucidatura della carrozzeria non vi fosse nessun tipo di imperfezione, oltre ad apprezzare la genialità dell'imprenditore mi sono chiesto: ma nella nostra regione quante altre realtà di questo genere ci sono? Quante di loro da sole, soprattutto quando sono di piccole dimensioni, sono in grado di far conoscere le proprie capacità e al tempo stesso di tutelare le proprie invenzioni e idee più innovative?» ha spiegato ieri sera Zizza fra caschi autografati, le tute dei piloti di Formula Uno, durante la presentazione al ristorante

Montana di Fiorano, un luogo culto per gli appassionati di motori. Dopo la registrazione del marchio, l'imprenditore si è messo subito al lavoro per definire meglio il progetto e il percorso di crescita. Un progetto rivolto a qualsiasi tipo di azienda che lavora direttamente o indirettamente nel settore dell'automotive. «Chi produce auto, moto e biciclette sono i più noti – continua Zizza – ma attorno a loro ci sono tante altre realtà imprenditoriali o anche artigiane, come quelle che testano i materiali o che si occupano delle cuciture dei sedili o che lucidano le carrozzerie di auto d'epoca». Gli investimenti che le aziende faranno aderendo al marchio 'Made in Motor Valley' verrà reinvestito per dare valore e visibilità alle imprese stesse e al territorio in cui operano.

Paolo Tomassone

GOLF CLUB MODENA S.p.A in liquidazione

Sede legale in Formigine (Mo) Via Castelnuovo Rangone n. 4 – iscritta al n. 01780670368 del Registro Imprese presso il Tribunale di Modena – Codice Fiscale e Partita I.V.A. n. 01780670368 – Capitale Sociale € 12.876.345,00=

CONVOCAZIONE ASSEMBLEA ORDINARIA E STRAORDINARIA DEGLI AZIONISTI

È convocata per il giorno domenica 12 dicembre 2021 alle ore 8,00 l'Assemblea Ordinaria e Straordinaria degli Azionisti della Società presso la sede legale per deliberare sul seguente

ORDINE DEL GIORNO

PARTE ORDINARIA

- 1) approvazione del Piano ex art. 67 terzo comma L. fall. predisposto dai Liquidatori, idoneo a consentire il risanamento della esposizione debitoria della società e ad assicurare il riequilibrio della sua situazione finanziaria e provvedimenti conseguenti:
 - delega ai Liquidatori del potere di sottoporre il Piano alla attestazione di un professionista indipendente dagli stessi designato, ai sensi e per gli effetti previsti dall'art. 67, terzo comma, lettera d), L. fall;
 - delega ai Liquidatori (e/o agli Amministratori) del potere di porre in essere gli atti, i pagamenti e le garanzie previste in esecuzione del Piano

PARTE STRAORDINARIA

- 1) Revoca dello stato di liquidazione volontaria della società da sottoporsi alla condizione risolutiva dell'esercizio del diritto di recesso da parte di soci rappresentanti, complessivamente, oltre il 2% del capitale sociale e conseguenti provvedimenti: nomina organo amministrativo;
- 2) in via subordinata alla efficacia della revoca dello stato di liquidazione sub 1), riduzione del capitale sociale nell'ambito del procedimento di liquidazione ex art.2437-quater c.c. delle azioni dei soci receduti Cofircont s.r.l. e Trust Fin s.r.l. e provvedimenti conseguenti;
- 3) riduzione del capitale per perdite ex art. 2446 c.c. e provvedimenti conseguenti.
- 4) qualora la delibera di revoca dello stato di liquidazione sub 1) non venisse assunta o non acquisisse efficacia, conferma del potere attribuito ai Liquidatori in sede di nomina di alienare i beni costituenti il patrimonio della società al prezzo ivi indicato, ovvero, in caso di mancato ricevimento di offerte di acquisto, al prezzo dagli stessi progressivamente ridotto.

Occorrendo una seconda convocazione, questa viene fissata per il giorno **lunedì 13 dicembre 2021, alle ore 20,00**, nello stesso luogo e con lo stesso ordine del giorno.

La documentazione assembleare viene depositata presso la sede sociale nei termini di legge.

I soci possono farsi rappresentare in assemblea con delega conferita ai sensi dell'art. 12 di statuto.

Ai sensi dell'art. 11 di statuto potranno intervenire all'Assemblea gli azionisti che depositeranno le loro azioni ordinarie almeno cinque giorni prima di quello fissato per l'assemblea presso la sede legale della società medesima in Via Castelnuovo Rangone n. 4 Colombaro di Formigine (MO) o, in alternativa, presso BPER BANCA SPA – Agenzia 4 – Via Cantina della Pioppa n. 1 – Carpi o presso BPER BANCA SPA – AGENZIA 6 – Via Emilia Ovest 36 – Modena.

I LIQUIDATORI

**Dott. Giorgio Antonioni
Dott. Claudio Trenti**