

InfoImpresa

Periodico dell'Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori

MAGGIO 2018



LAVORARE IN PROVINCIA



Unione Nazionale Sindacale
Imprenditori e Coltivatori

**LECCO: LA PROVINCIA
CHE SEMBRA LA CINA**

pag. 16

**RETE DI IMPRESE:
ESSERCI O NON ESSERCI**

pag. 23

**CANAPA, UN TREND
DALLE OPPORTUNITÀ CRESCENTI**

pag. 24



SEDI PROVINCIALI UNSIC SUL TERRITORIO NAZIONALE

ABRUZZO - Avezzano-AQ (V. Battisti 46 - Tel 0863-32277); Pollutri-CH (V. Marconi 81 - Tel 0873-902805); Pescara (V. Gobetti 15 - Tel 085-2058605); Teramo (V. Cerulli Irelli 5 - Tel 0861-250525).

BASILICATA - Senise-PZ (V. Madonna d'Anglona 114 - Tel 0973-584026).

CALABRIA - Caraffa-CZ (V. Saati 5 - Tel 0961-772666); Corigliano-CS (V. Ulivi 29 - Tel 0983-87500); Crotona (V. Panella 182/a - Tel 0962-955071); Laureana Borrello-RC (V. IV Novembre 7 - Tel 0966-991144); Reggio Calabria (V. del Gelsomino 37 - Tel 0965-810913); Rossano Scalo-CS (V. Nazionale 11 - Tel 0983-356119); Rende-CS (V. Verdi 120\L - Tel 0984-837560); Soriano-VV (V. Giardinieri 1 - Tel 0963-347810).

CAMPANIA - Avellino (V. Circumvallazione 130 - Tel 0825-679653); S.M. Cavoti-BN (V. Principessa Maria di Piemonte 51 - Tel 0824-984520); S. Felice a Cancelli-CE (V. Roma 285 - Tel 0823-751463); Giugliano-NA (V. Palumbo 120 - Tel 081-8947880); San Gregorio Magno-SA (Loc. Lavanghe snc - Tel 0828-955613).

EMILIA-ROMAGNA - Modena (V. Mar Mediterraneo 124 - Tel 0522-1710809); Comacchio-FE (V. Imperiali 1, S. Giuseppe - Tel 0533-311110); Parma (V. Scarabelli Zunti 15 - Tel 0521-1715408); Russi-RA (V. Di Vittorio 2 - Tel 0544-62787); Reggio Emilia (V. Adua 38/a - Tel 0522-1712705); Rimini (C.so d'Augusto 206 - Tel 0541-56665).

FRIULI-VENEZIA GIULIA - Gorizia (V. IX Agosto 9 - Tel 0481-33387); Pordenone (V.le Libert  2a - Tel 0434-20481); Trieste (L.go Don Bonifacio 1 - Tel 040-0641201); Cividale-UD (V. Prepositura di Santo Stefano 12 - Tel 0432-730792).

LAZIO - Frosinone (V.le Mazzini 69 - Tel 0775-835063); Latina (V. Fabio Filzi - Tel 0773-663832); Pontinia-LT (V.le Europa 48 - Tel 0773-868080); Rieti (V. Villa Mari 11c - Tel 0746-485241); Roma (V. Cairoli 47 - Tel 06-64521464).

LIGURIA - Genova (V. Storace 15r - Tel 010-8595435); Imperia (V. Matteotti 37 - Tel 0183-650503); La Spezia (V. Redipuglia 17 - Tel 0187-460473).

LOMBARDIA - Bergamo (V. Rubini 11 - Tel 035-0345985); Como (P.za Perretta 6 - Tel 031- 264489); Colico-LC (V. Villatico 1 - Tel 0341-941346); Milano (V. Ponte Nuovo 50 - Tel 02-2565683); Mantova (V. Mazzini 31 - Tel 0376-224543); Varese (V. Spera della Chiesa 10 - Tel 0332-289548); Brughiero-MB (V. Vittoria, 59 - Tel 039-2848376); Sarezzo-BS (V. Repubblica 52 - Tel 030-291468).

MARCHE - Jesi-AN (V. Mura Occidentali 25 - Tel 0731-205236); Ascoli (V. Kennedy 22 - Tel 073-646561); Civitanova-MC (V. Indipendenza 64 - Tel 073-3770111).

MOLISE - Campobasso (V. S. Antonio dei Lazzari snc - Tel 0874-310225); Venafro-IS (V. Vanvitelli 4 - Tel 0865-900006).

PIEMONTE - Alessandria (V. Milano, 174 - Tel 0131- 262783); Nizza Monferrato-AT (V. Billiani 29 - Tel 0141-1098151); Biella-BI (V. Asmara 15 - Tel 015-8493429); Busca-CN (P.za Marconi 11 - Tel 0171-946732); Novara (Str. Giralengo 4 - Tel 0321-472287); Torino (V. Belmonte 5/b Tel 011-2478313); Domodossola-VB (V. Cadorna 22 - Tel 0324-482601); Vercelli (V. Ariosto, 9 - Tel 0161-217165).

PUGLIA - Bari (C.so Vittorio Emanuele 180 - Tel 080-5538087); Brindisi (C.so Garibaldi 6 - Tel 0831-667163); Fasano/Pezze di Greco-BR (V. Bertani 8 - Tel 080-4898593); Foggia (V. Gorizia 43/a - Tel 0884-513231); Corsi-LE (V. Lo Ruma 35 - Tel 0836-433020); Taranto (V. Cavallotti 116 - Tel 099-4596547); Barletta (V. S. Martino 1 - Tel 0883-884080).

SARDEGNA - Cagliari (Vico III Sant'Avendrace 24 - Tel 070-284490); Oliena-NU (V. Dante 4 - Tel 0784-287468); Alghero-SS (V. Mazzini 90 - Tel 079-950806); Oristano (V. Doria 34 - Tel 0873-302144).

SICILIA - Agrigento (V. De Gasperi 8 - Tel 0922-402958); Caltanissetta (V. Togliatti 3 - Tel 0934-090271); Gela-CL (V. Carfi 31 - Tel 0933-934398); Catania (V.le Ravisardi 281 - Tel 095 5879191); Enna (V. S. Agata 71 - Tel 0935-22867); Messina (V. Industriale 152 - Tel 090-2402467); Cerdas-PA (V. Strang 20 - Tel 091-8992696); Vittoria-RG (V. S. Martino 142 - Tel 0932-981386); Marsala-TP (V. Mazzini 74 - Tel 0923-949019); Siracusa (V. Po 24 - Tel 0931-65476).

TOSCANA - Arezzo (P.za S. Jacopo 233 - Tel 0575-299733); Firenze (V. La Marmora 26 - Tel 0553-08642); Livorno (V. Russo, 24 - Tel 0586-410641); Massa (Gall. Raffaello 26 - Tel 0585-811463); Montemurlo-PO (V. Oste 160 - Tel 0574-073307); Chiusdino-SI (V. Roma 25 - Tel 0577-751142); Pisa (Corte S. Domenico 8 - Tel 050-9913022); Pistoia (V. Storta 3a - Tel 0573-402051); Prato (V. Toscana 6b - Tel 0574-620118).

TRENTINO - Trento (V. Malvasia 101 - Tel 0461-209737).

UMBRIA - Valfabbrica-PG (V. Fermi 14 - Tel 075-901247); Terni (V. Tre Venezie 162 - Tel 0744-062106).

VENETO - Belluno (V. Agricoltura 13 - Tel 0437- 930244); Padova (V. Tommaseo 15 - Tel 049-8755938); Castelmasa-RO (V. Battisti 87 - Tel 0425-81837); Nervesa della Battaglia-TV (V. Calmontera 5 - Tel 0422-779875); Vicenza (V.le Milano 55 - Tel 0444-325767); Verona (V. Fraccaroli 10 - Tel 045-8212805); Mirano-VE (V. dei Pensieri 17 - Tel 041-5701177).

L'Unsic ha oltre 1.600 Caf sparsi per l'Italia. L'elenco completo su www.unsic.it

5 EDITORIALE

Sinistra tristezza
(DOMENICO MAMONE) 5

6 COPERTINA

Territori per fare impresa:
la provincia gioca le sue carte
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 6

Provincia subordinata
all'Italia dei campanili
(LUCA CEFISI) 12

Il lavoro
e la metafora del treno
(G.C.) 14

Lecco, la provincia
che sembra la Cina
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 16

Jesi, la provincia marchigiana
dove si "incubano" startup
(G.C.) 18

Veneto: tanta frammentazione,
ma territorio ben valorizzato
(G.T.) 19

Abruzzo e agricoltura,
filiera corta ma male le infrastrutture
(GIUSEPPE TETTO) 20

22 AGRICOLTURA

Piante madri:
quali opportunità per gli agricoltori?
(GIORGIO CAPACCIOLI) 22

Rete di imprese:
esserci o non esserci?
(DANIELA TORRESETTI) 23

Canapa: un trend
dalle opportunità crescenti
(GIORGIO CAPACCIOLI) 24

28 TEMI

Cultura d'impresa:
facciamo il punto
(DANIELA TORRESETTI) 28

29 MONDO UNSIC

Corso di alta formazione
per responsabili Caf e Patronato
(SALVATORE TRICARICO) 29

Servizio
di amministrazione condominiale
(ELISA SFASCIOTTI) 30

Caf, domande
per il reddito di cittadinanza
(G.C.) 32

Aumento della Tari a Taranto:
l'Unsic con commercianti e artigiani
(C.Z.) 33

Unsic Friuli-Venezia Giulia
insieme alla Nuova Sacilese calcio
(L.R.T.) 33

Treviso, gas meno caro:
si rinnova il progetto "Amici"
(ALBERTO PEZZELLA) 34

INFOIMPRESA

Periodico
dell'Unione Nazionale
Sindacale Imprenditori e Coltivatori

Direttore responsabile
Domenico Mamone

Redazione
Giampiero Castellotti - Luca Cefisi - Sara Di Iacovo
Vittorio Piscopo - Fortunata Reggio - Giuseppe Tetto

Progetto grafico e Impaginazione
Fortunata Reggio

Sede legale e Redazione
Via Angelo Bargoni, 78 - 00153 Roma
Tel 06 58333803 - Fax 06 5817414
www.insic.it - ufficiocomunicazione@insic.it

Stampa
Centro Stampa e Riproduzione S.r.l.
Via di Salone, 131/c - 00131 Roma

Copia gratuita
Autorizzazione Tribunale di Roma
n. 331/2009 del 06/10/09



Convenzione UNSIC con la mutua “CESARE POZZO”

Il sindacato **UNSIK** e la società di mutuo soccorso “**CESARE POZZO**”, la più grande organizzazione di settore esistente oggi in Italia, hanno sottoscritto un protocollo d'intesa per la diffusione di un'assicurazione sanitaria integrativa, ispirata a principi di mutualità ed efficacia.

I titolari di tessera associativa UNSIC possono sottoscrivere domanda di adesione volontaria alla mutua “CESARE POZZO”, chiedendo di essere collocati nella forma di assistenza “Tutela globale” (contributo pari a € 228,00 annui) o nella forma di assistenza “Prima Tutela” (contributo pari a € 162,00 annui).

Maggiori informazioni al sito: www.unsic.it

Sinistra tristezza



di DOMENICO MAMONE - *presidente dell'UNSIC*

Hanif Kureishi, londinese di origini pakistane, è uno dei più importanti scrittori contemporanei, noto principalmente come drammaturgo e sceneggiatore. E' un punto di riferimento della cultura multietnica, stimolato dalle contaminazioni e attento ai temi dell'emarginazione delle minoranze. Gode di una grande seguito, soprattutto a sinistra.

Nei giorni scorsi ha pubblicato un testo sulla nostra Capitale, emblematico di quel modo personalissimo di vedere la realtà da parte di intellettuali che, purtroppo, scollegati sempre più dalla quotidianità, parlano a loro stessi e ad un manipolo di irriducibili fans. Mentre il mondo robotizzato va da tutt'altra parte.

Scrive Kureishi: "Amo Roma più di qualsiasi altra città perché è la più malinconica di tutte le grandi metropoli europee, triste e quasi tragica nel suo abbandono e nella sua incuria. Penso a vecchie donne ricurve in nero e a vecchi intellettuali in giacca e cravatta, fuori tempo e luogo, che parlano solo a se stessi, come i personaggi di una commedia di Čechov". Insomma, c'è tutto l'irrefrenabile fascino della decadenza che conquista gli immancabili pensatori (ma vallo a spiegare a chi, anziché passare il tempo fuori dai ristoranti di Trastevere a studiare l'ambiente, aspetta più semplicemente un'ora un bus o finanzia officine a causa delle buche nell'asfalto diventate crateri).

Ed insiste, il londinese: "Amo il romanticismo di Roma, ma compatisco i giovani nella loro disperazione. Non vorrei mai che i miei figli cercassero di sopravvivere in un luogo simile, anche se mi chiedo perché la zona della West London dove vivo diventa sempre più italiana, e si sentono sempre più voci italiane nelle strade. A cosa stanno rinunciando le persone per avere quel che non possono ottenere in casa propria?".

Le consumate descrizioni da "Grande bellezza" della Città Eterna – decisamente cerebrali e pregne di ombrosità – continuano a tenere banco da anni, alimentando una sorta di assuefazione alla bruttezza e al malaffare che proliferano come un morbo inarrestabile. E mentre gli intellettuali di sinistra alla Cacciari pontificano da anni, destra e grillini passano all'incasso con le loro ricette "miracolose".

Claudio Amendola, storicamente uomo di sinistra, durante una trasmissione su La7 dei giorni scorsi ha energicamente elogiato Matteo Salvini. Di fronte alle inevitabili critiche, non ha arretrato di un passo: "Quando ho detto che Salvini è il miglior politico degli ultimi venti anni ho sbagliato, avrei dovuto dire degli ultimi trenta". Certamente non è il migliore, ma sicuramente ha saputo parlare meglio all'elettorato rispetto all'autoreferenzialità di cui è sempre più preda tanta sinistra.



Hanif Kureishi

Territori per fare impresa: la provincia gioca le sue carte

Sostenibilità, etica, valori. Davvero la produzione futura passerà di qui?

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

A ttrarre investimenti e imprese. E' il mantra che si ripete in ogni realtà territoriale che aspira a crescere. Se è scontato che ogni azienda scelga la propria localizzazione in base a situazioni corrispondenti alle proprie esigenze, resta il nodo di quale siano queste condizioni. Specie in un periodo di crisi in cui ogni nuovo investimento equivale ad una vera e pro-

pria manna dal cielo per qualsiasi territorio. Quindi, perché una società opta per una determinata area anziché un'altra per localizzarsi? Oltre alla semplice offerta di spazi e immobili, quali altri elementi strategici accompagnano tale scelta?

Tenta di rispondere proprio a tali domande la ricerca "Analisi e strumenti per un territorio attrattivo", firmata



Siena



di recente da Assolombarda e realizzata attraverso un ampio campione di imprenditori intervistati.

Innanzitutto affiora che in un momento di scarsa natalità delle imprese in Italia, la spinta a investire per l'apertura di una nuova sede produttiva è modesta. Pertanto le motivazioni che portano a interventi localizzativi risentono anche delle condizioni di mercato. Ma, al di là di questo dato generale, emergono interessanti indicazioni.

Un primo fattore molto considerato è rappresentato dalle condizioni di servizio al top, cioè infrastrutture, collegamenti, facilità nell'intercettare fornitori e preferenza per un'alta concentrazione di imprese estere vissuta come garanzia di iter burocratici più snelli e clima favorevole per intraprendere attività imprenditoriali. La rilevante presenza di altre imprese viene vista anche come opportunità per attivare relazioni commerciali, di mutua fornitura di servizi al business o per scambiare competenze. Un altro elemento fortemente attrattivo è indicato nell'efficienza della pubblica amministrazione, in particolare per i tempi certi e le procedure trasparenti, in quanto fattore di vantaggio competitivo rispetto ad altri territori. Importanti sono anche i servizi complementari, specie nel caso di un insediamento industriale: quindi la presenza di asili nido, scuole di ogni ordine e grado, servizi alla persona, l'efficienza dei mezzi di collegamento, ma anche l'indotto rappresentato da altre attività produttive. Tutto ciò richiama un altro fattore: la qualità della vita. E' importante soprattutto per le imprese innovative che lo vivono come un driver di successo sul quale costruire la propria forza e il proprio format. Un ambiente percepito come sano determina un particolare riconoscimento sul mercato, assicurando valore aggiunto ai beni prodotti in quel determinato luogo. In questo caso una parte significativa del valore del brand dell'azienda dipende dalla sua localizzazione. Ad incidere sulla qualità della vita è anche la densità urbanistica e del traffico.

Un altro aspetto riguarda il personale. La maggior parte delle imprese, specie quelle con altissima specializzazione di prodotto, è orientata a formarsi il personale direttamente in house, trascurando in massima parte la manodopera specializzata eventualmente disponibile in

un determinato territorio. Si rileva inoltre la propensione a localizzarsi in aree diverse da quelle originarie solo portando con sé le risorse umane, in quanto ritenute non riproducibili altrove. In particolare, nel caso in cui i processi o i prodotti siano molto complessi e peculiari. Infine le scelte immobiliari delle aziende comprendono di frequente l'acquisto dei terreni vicini per evitare di venire "circondati" da attività che potrebbero arrecare danno o infastidire. In alcuni casi l'acquisto di aree limitrofe viene effettuato per garantirsi gli spazi di un'espansione futura o per poter fronteggiare nuove imposizioni normative che potrebbero impattare sulle dimensioni degli spazi intorno all'attività produttiva.

I numeri delle imprese

L'Italia, nonostante la crisi, resta uno dei Paesi al mondo a più alta vocazione imprenditoriale. E la recessione non ha modificato le caratteristiche del sistema produttivo, caratterizzato prevalentemente da piccole e medie imprese, spesso a gestione familiare.

Secondo la classifica elaborata dalla Camera di Commercio di Milano, sulla base dei dati Eurostat che hanno confrontato il numero di imprese di settori considerati omogenei di 26 stati membri dell'Unione europea, l'Italia è prima nel vecchio continente per numero di imprese con oltre 3,7 milioni di aziende. Al secondo posto la Francia con 3,6 milioni, quindi la Spagna con 2,6 milioni. Il Regno Unito è quarto con 2 milioni e la Germania sesta (dopo la Polonia) con 1,4 milioni di imprese.

Per quanto riguarda le regioni, questa speciale classifica è dominata dalla Ile de France-Parigi con oltre 970mila aziende dei settori turismo, finanza, commercio e industria manifatturiera, area che da sola genera circa un quarto del prodotto interno lordo francese. Al secondo posto troviamo la Lombardia, con oltre 688mila imprese, che però condivide con Parigi la percentuale di concen-



trazione di imprese per abitante. Sia nell'Ile de France sia in Lombardia ci sono otto imprenditori ogni 100 abitanti, cioè quasi un'impresa ogni dieci residenti. Le successive posizioni della classifica confermano il periodo positivo che sta vivendo l'economia spagnola: dal terzo al sesto posto si piazzano infatti la Catalogna con il suo capoluogo Barcellona, l'Andalusia-Siviglia e la regione di Madrid. Per trovare un'altra regione italiana si deve scendere alla decima posizione, dove il Piemonte con circa 283mila imprese supera le regioni tedesche della Baviera-Monaco e del Baden-Württemberg-Stoccarda.

Soffermandoci soltanto sulle piccole e medie imprese, i postumi della crisi ancora bruciano. Nel periodo di punta di recessione e stagnazione, cioè dal 2007 al 2014, sono passate da 150 mila a 136 mila. Dal 2015 il loro numero ha ripreso a crescere ed oggi sono tornate sui livelli del 2007. Marco Nespolo, amministratore delegato di Cerved, l'organismo che pubblica annualmente un rapporto sullo stato delle Pmi, fa il punto: "Il numero di piccole e medie imprese è tornato a crescere e la redditività si avvicina ai livelli pre-crisi con una ripresa che ha basi finanziarie e reddituali molto solide. Tuttavia è necessario aumentare la produttività delle nostre imprese e accelerare il ritmo di crescita, troppo indietro rispetto a quello degli altri principali paesi europei. A tal fine, sarà deci-

sivo sfruttare il potenziale di Industria 4.0: la trasformazione tecnologica dei processi produttivi implica la possibilità di automatizzare molte mansioni e, allo stesso tempo, apre nuove opportunità di creazione di posti di lavoro ad alto valore aggiunto. In questo contesto di progressivo consolidamento è necessario che le imprese italiane investano maggiormente in innovazione – prosegue Nespolo. "Le condizioni per investire di più esistono: secondo le nostre stime, le imprese hanno margini per ulteriori 103 miliardi di euro per finanziare gli investimenti mantenendo, al tempo stesso, estremamente contenuto il profilo di rischio. Si tratta, quindi, di ampliare l'offerta del settore finanziario, promuovendo l'accesso al credito anche alle piccole imprese che ancora oggi non sfruttano risorse finanziarie esterne".

E in effetti dall'analisi degli indicatori economico-finanziari, le piccole e medie imprese hanno fatto registrare, negli ultimi tempi, risultati migliori anche rispetto alle grandi. Le piccole e medie imprese confermano la crescita di fatturato (+2,3%), valore aggiunto (+4,1%) e margini lordi (+4,1%). Il dato di maggior rilievo risulta quello relativo alla propensione all'investimento: nel corso del 2016 le Pmi hanno mostrato una decisa accelerazione negli investimenti che toccano il 7,8% rispetto alle immobilizzazioni materiali, con andamenti positivi in tutte le classi dimensionali e in tutti i settori, compresi quelli – come le costruzioni – che in passato avevano mostrato tendenze altalenanti. Inoltre, da un'analisi sui bilanci delle 68 mila piccole e medie imprese classificate nell'area di sicurezza e solvibilità in base al Cerved Group Score1 emerge che, dal punto di vista finanziario, esiste uno spazio molto ampio per un'ulteriore crescita degli investimenti. Sono, infatti, 52 mila le Pmi che hanno un livello di indebitamento "modesto" e che potrebbero finanziare ulteriori investimenti fino a 103 miliardi di euro, mantenendo un grado di rischiosità estremamente contenuto. Si tratta di un aumento molto consistente, pari al 23,9% dell'attivo, quindi con un potenziale molto rilevante in termini di capacità produttiva

Tuttavia, ricorrendo ai dati Istat, il peso delle strutture imprenditoriali di grandi dimensioni e con rilevante peso economico è davvero modesto in Italia rispetto alle aziende di piccola e piccolissima dimensione. I gruppi con almeno 500 addetti rappresentano solo l'1,5%, anche se pesano in termini di addetti per il 57,6%. Le micro imprese formate da meno di cinque dipendenti costituiscono addirittura l'88% del totale e i lavoratori rappresentano soltanto il 32% di tutta la forza lavoro. In Molise, Calabria, Basilicata, Campania, Sardegna e Sicilia la percentuale di micro imprese supera il 90%, mentre il Trentino Alto Adige ha il dato più basso, con la percentuale che si ferma all'83,3%.



La distribuzione tra i territori

Il grosso di industria, commercio e finanziarie – è noto – è concentrato nel Nord Italia. Non solo per numero di imprese, ma anche per numero di addetti. Emblematica la distribuzione di multinazionali tra le regioni italiane: se – dati 2015 – la Lombardia ne ha 5.904, il Lazio 1.172, il Veneto 1.066, il Piemonte 1.008 e l'Emilia-Romagna 972, il Molise ne ha appena 10, la Calabria 36, la Basilicata e l'Umbria 68, la Sardegna 69. Questa dislocazione riflette, grosso modo, la distribuzione generale di imprese tra le differenti regioni italiane.

Al di là dei numeri, però, ci sono differenze nella vocazione. Ad esempio, Basilicata, Marche e Abruzzo registrano, nel proprio tessuto imprenditoriale, una forte presenza industriale sia in termini di imprese sia di addetti, mentre in Sicilia, Calabria, Puglia e Campania è rilevante la quota del commercio (un'impresa su quattro circa), mentre, come è prevedibile, la finanza è concentrata in Lombardia.

Interessante il dato che riguarda le startup, uno dei fenomeni più dinamici e con forte carico innovativo e tecnologico nella realtà italiana: a dicembre 2017 erano 7.398 quelle iscritte al Registro delle imprese con in media 253 iscrizioni al mese nel primo semestre del 2017. L'organico di cui sono composte rispecchia il nucleo di novità che sta alla loro base, con oltre il 21,5% costituite da giovani al di sotto dei 35 anni di età a fronte delle altre imprese societarie che vedono la percentuale scendere al 6,7%.

La ricerca "The Italian startup ecosystem: Who's Who", promossa da Italia Startup e condotta dagli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano delinea anche il quadro regionale. Ancora una volta è la Lombardia la regione più segnata dall'imprenditoria, con 793 attori di questo ecosistema,

di cui 592 startup innovative, 67 finanziate, 19 investitori istituzionali, 21 incubatori e acceleratori. A seguire con 349 attori (291 innovative, 13 finanziate, 2 investitori istituzionali, 12 incubatori e acceleratori) è l'Emilia-Romagna, seconda regione startup friendly. Bologna è il cuore di questo crescente movimento. Terzo è il Lazio con 338 attori, di cui 253 startup innovative, 24 finanziate, 4 investitori istituzionali, 7 incubatori e acceleratori. Bene anche il Veneto con 284 attori, di cui 209 startup innovative, 32 finanziate, 3 investitori istituzionali, 6 incubatori e acceleratori. Qui si registra la presenza di H-Farm, la rinomata "fabbrica" fondata da Riccardo Donadon entrata a far parte del Global Accelerator Network, l'organizzazione internazionale alla quale partecipano i principali incubatori mondiali (tra i quali TechStars, Hub ventures, Spring Board, Startup Bootcamp). Veneto Sviluppo, la finanziaria della regione governata da Luca Zaia, è entrata con una quota del 4% nel capitale dell'incubatore di Donadon. Con 250 attori dell'ecosistema (tra cui 196 startup innovative, 9 finanziate, 2 investitori istituzionali, 8 incubatori e acceleratori) il Piemonte si piazza al quinto posto in classifica. Segue la Toscana con 238 attori, di cui 188 startup innovative, 10 finanziate, 2 investitori istituzionali, 11 incubatori e acceleratori. A seguire la Campania con 197 attori (155 startup innovative, 15 finanziate, 1 investitore istituzionale, 7 incubatori e acceleratori, il Trentino-Alto Adige con 134 attori (120 startup innovative, 2 finanziate, 2 investitori istituzionali, 5 incubatori e acceleratori), la Puglia con un Salento definito "Startup Valley d'Italia" (131 attori, di cui 116 innovative, 4 finanziate, un solo incubatore e nessun investitore istituzionale), le Marche con 125 attori, di cui 109 innovative, 1 finanziata, 2 acceleratori e incubatori, un solo investitore istituzionale. A seguire: Sicilia (124), Sardegna (98), Friuli Venezia Giulia (96), Calabria (83), Abruzzo (54), Liguria (46), Umbria (42), Basilicata (19), Molise (14), Valle d'Aosta (12).

Con qualche eccezione, il dato conferma uno studio di Mm One Group sulle performance digitali delle regioni italiane, misurando l'utilizzo e le dotazioni in termini di



Ict di imprese, cittadini e amministrazioni locali. L'analisi restituisce un'Italia a due velocità, con il Centro-Nord in netto progresso rispetto alle regioni del Sud del Paese. Le imprese più virtuose sono quelle di Trentino-Alto Adige, Lombardia e Marche, quelle meno al Sud, mentre i cittadini di Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta e Lazio risultano essere i più virtuosi in termini di utilizzo e dotazioni di Ict, i meno virtuosi quelli di Puglia, Sicilia e Calabria. Altri numeri significativi, nella loro divisione regionale, sono quelli delle imprese artigiane, diffusi da Movimprese. Tra gli anni 2009 e 2016 si registra complessivamente una riduzione del 9,2% (153.835 unità in meno), che nel 2016 ammontavano a 1.342.389. A livello territoriale, fatta eccezione per le province di Bolzano e Monza-Brianza dove il numero è aumentato, tutte le altre province sono accomunate da un trend discendente, pur seguendo dinamiche differenti a livello settoriale. Particolarmente alte sono le perdite nelle province di Torino (6.025 imprese artigiane in meno) e Bari (4.748 imprese artigiane in meno), mentre in termini percentuali le flessioni maggiori si registrano tra le province di Pesaro-Urbino (-17,9%), Palermo (-18,2%) e Lucca (-20,2%).

Dove è meglio fare impresa?

Non è facile indicare aree o regioni dove in assoluto è più facile fare impresa. Perché se un determinato fattore può risultare più agevole, ce ne sono altri che vanificano gli aspetti positivi.

Tuttavia in termini generali – e non era difficile intuirlo – il Nord batte nettamente il Sud. A fare la differenza ci sono comprensori industriali già ben organizzati, alta capacità di innovazione, buon accesso al credito, tassi di

interesse contenuti, minore impatto della burocrazia e della recessione, possibilità di finanziamenti regionali, maggiore sensibilità ambientale.

Ad esempio, un'indagine di Fondazione Impresa premia proprio il Settentrione per tutti questi elementi, mentre nel Sud si salva la Puglia (tredicesima in classifica) per il buon accesso al credito e l'Abruzzo (diciassettesimo) per la rete autostradale. Malissimo la Campania, ultima in classifica, seguita dalla Basilicata e dalle Marche.

Sul fronte della minore tassazione, la Cna premia nel Nord le province di Cuneo e di Sondrio, mentre segnala Iglesias-Carbonia perché inserite nelle dieci aree italiane dichiarate zona franca urbana con esenzione dalle imposte sui redditi e dall'Irap, ma anche Imu e versamento dei contributi previdenziali (in Sardegna anche Cagliari e Quartu Sant'Elena, altre zone franche in Calabria, Campania, Puglia e Sicilia). Il ministero dello Sviluppo economico nell'ottobre 2017 ha disposto il ri-finanziamento delle risorse per le zone franche, già stanziato nel 2009. Gli sgravi, da poco, sono stati estesi anche agli studi dei professionisti. I primati per pressione fiscale, secondo quanto esposto dalla Cna, spettano a Roma, Bologna, Reggio Calabria e Firenze. Ci sono poi altre classifiche di cui può tener conto un imprenditore: sono quelle della qualità della vita. Anche qui il Nord batte nettamente il Sud. Secondo le due ultime classifiche sulla qualità della vita diffuse dai quotidiani ItaliaOggi e Sole24Ore, ai primi posti ci sarebbero rispettivamente Bolzano e Belluno. Nei posti alti delle classifiche anche Trento, Aosta, Sondrio, Mantova, Lecco, Verbania, Trieste, Gorizia, Treviso e Parma. A chiudere le classifiche, tanta Campania, Calabria, Sicilia e Puglia.

Su questo tema, altro punto di riferimento è il Rapporto Ecosistema urbano, che nel 2017 è giunto alla ventiquattresima edizione. Anche qui le città si ripetono: Mantova al primo posto come regina dell'ambiente, poi l'accoppiata Trento-Bolzano, quindi Parma. L'indagine si basa su



16 parametri divisi nelle macroaree aria, acqua, rifiuti, energie rinnovabili, mobilità e ambiente urbano. Anche qui la provincia surclassa le metropoli: Milano è al 31° posto, Firenze al 51°, Roma all'88ª posizione.

Insomma, la provincia continua a rappresentare un territorio ideale per fare impresa? In base ai trend italiani calcolati da Eurisko, qualificata società di ricerche sociali e di mercato, parrebbe proprio di sì. A fronte della crisi, della crescita di incertezze, paure e ineguaglianze, della maggiore sfiducia nelle istituzioni, secondo l'istituto di ricerche occorre tornare a radicarsi nel territorio e nelle culture locali, dove i valori sono più forti, le emozioni più autentiche, l'etica più presente.

L'offerta, oltre ad essere semplificata, sarebbe arricchita di contenuti distintivi che una metropoli è sempre meno in grado di offrire.

"L'offerta ha sempre preteso di governare la domanda, ma questa ora esige rapporti paritari, favoriti anche dallo sviluppo del web 2.0: per questo il focus si sposta dal-

l'offerta di beni materiali alla proposta di benessere per i cittadini – spiega Eurisko. Ecco allora che il peso della sostenibilità e dell'etica sarà crescente, accompagnato dal passaggio dal consumo di prodotti e servizi alla fruizione di esperienza sulle cui basi le imprese potrebbero costruire un nuovo, anche se non facile, rapporto di fiducia con le persone. Il cibo come memoria delle origini e occasione per stare insieme risponde alla nuova ricerca di sensorialità e di emozioni e nel bisogno di essere coinvolti e di partecipare, entrambi tesi all'arricchimento di sé e a raggiungere una condizione di benessere. Così anche il turismo o la cultura non sono più qualcosa di astratto ma diventano concretezza attraverso eventi e festival. Da dove ricominciare? "Per esempio, dalle cinque A che rendono grande l'Italia – evidenza Eurisko - e che da sole basterebbero a posizionarla come Paese del desiderio per il resto del mondo: Alimentazione, Abbigliamento e moda, Arredamento, Arte e cultura, Ambiente e territorio".

Provincia subordinata all'Italia dei campanili e alla crescente "campagna urbanizzata"

Anche lo sviluppo urbanistico-industriale ha accentuato la dualità tra Nord e Sud

di LUCA CEFISI

L'Italia è il Paese dei campanili. Tutta la sua storia, almeno dal Medioevo, soprattutto nel centro-nord (e la precisazione non è da poco) è segnata dalle città. E da un certo tipo ben preciso di città: non tanto e non solo capitali politiche di uno Stato più o meno esteso, ma centro economico e amministrativo di una campagna circostante, mercato territoriale, e anche, più che altrove in Europa, capitale culturale e punto di riferimento di valori, tradizioni, lingua (dialetto) per tutti gli abitanti di quel territorio.

Se è eclatante il caso emiliano, con la sua dislocazione regolare di città importanti lungo la via Emilia, anche nella gran parte delle regioni italiane questa dimensione urbana scandisce il territorio. Mai metropoli, ma sempre più piccoli centri residenziali grazie alla forza della loro identità: sono i capoluoghi, di solito riconosciuti dall'Italia unita proprio come identificazione di una storia precisa – e la questione del riconoscimento a capoluogo è stato per decenni croce e delizia della politica locale, agitando questioni secolari di identità e orgoglio di campanile. La dimensione civica è ragione di una retorica del campanile spesso persino stucchevole: quei vezzi nazionali italiani, che difendiamo con orgoglio facendo di certi usi e tradizioni una bandiera, e suscitando l'ironia degli stranieri, che si chiedono se per caso sia punito con l'arresto bere un cappuccino dopo mezzogiorno, si moltiplicano a livello locale: che siano secchie rapite o arancine femmine contro arancini maschi, sono baruffe che oggi chiamiamo appunto "di campanile", per dire che non vanno oltre l'orizzonte che si vede dal campanile della cattedrale cittadina. Per secoli quello è stato l'unico orizzonte che contava, per tanti, quasi tutti, noi italiani. La resistenza a uscire da quell'orizzonte è stata tale, tanto per fare un esempio, che ancora negli anni Novanta, quando lo sviluppo urbanistico e demografico aveva da tempo superato i confini fisici tra le città di Firenze, Prato e Pistoia, diventate oramai un'unica conurbazione, a Prato si istituiva trionfalmente la provincia autonoma, con tanto di dotte disquisizioni sui confini

della nuova provincia che tiravano in ballo diplomi imperiali dell'anno Mille. Insomma, nella testa degli italiani certi confini sono ancora ben chiari: lo sono meno, però, nella realtà del territorio, e quindi per l'economia e la vita reale. Gli italiani hanno, nell'ultimo mezzo secolo soprattutto, contraddetto nei fatti le loro più che secolari tradizioni, alle quali pur continuano a tributare grande rispetto a parole: in primo luogo, ribaltando la gerarchia tra città e campagna. Come denunciato con dolore, ma senza successo, da tanti urbanisti, è del tutto finita la tradizionale articolazione del territorio che partiva dalla torre civica e dalla piazza centrale, luogo di mercato per eccellenza, per poi organizzare a raggiera la rete delle strade dirette ai centri vicini e destinate al collegamento tra le parti ben distinte della città e della campagna: invece, è sorta la cosiddetta "campagna urbanizzata", quella distesa ininterrotta di capannoni industriali e palazzine d'abitazione che riempie senza interruzione lo spazio tra le città storiche in quasi tutto il centro-nord. Priva di piazze, impossibile da percorrere a piedi, e persino con i mezzi pubblici, rendendo indispensabile l'automobile, essendo diffusa e non concentrata, la campagna urbanizzata è la negazione della tradizione urbanistica italiana: eppure, è tanta parte dell'Italia di oggi. Come ha scritto il sociologo Ilvo Diamanti, "tanti insediamenti grandi o piccoli, disseminati di palazzi, villette a schiera, appartamenti di varia metratura, garage interrati. Intorno: prati un po' esangui, strade e rotonde. Rotonde, rotonde e ancora rotonde.

Magari una pista ciclabile". Da qui, anche, la crisi delle relazioni di vicinato o di quartiere, la nuova solitudine dove la relazione con il mondo esterno avviene soprattutto tramite la televisione o l'internet: si dà spesso la colpa della povertà di relazioni sociali, a questi mezzi, ma essi sono forse più la conseguenza che la causa. Un modello di sviluppo così ha avuto una sua necessità, nel bisogno forte del dopoguerra di spazio per la crescita industriale e demografica, ma ha avuto un costo: il consumo di suolo è stato enorme, con ricadute negative



sulla produzione agricola, l'ambiente e persino la sicurezza, perché esplodono periodicamente i corsi d'acqua costretti nel cemento e il terreno asfaltato mal assorbe la pioggia.

Risulta che l'Italia consumi ogni anno decine di migliaia di ettari di campagna, mentre abbiamo il record europeo di abitazioni non occupate, e di quelle abusive.

Qui di nuovo entra in gioco il differenziale nord-sud. Al Nord la presenza comunque elevata di infrastrutture e reti di collegamento può condurre all'evoluzione di nuovi modelli metropolitani, che organizzino in maniera adeguata l'espansione anarchica della campagna urbanizzata, offrendo, sia pure in ritardo, linee tranviarie veloci, centri di aggregazione, copertura di rete. Al Sud, e in Sardegna, la situazione è diversa: minore, o assente, l'urbanizzazione della campagna, diverse le dinamiche demografiche; diversa la storia, con capoluoghi più distanziati e meno connessi tra loro; e poi diverso, più gra-

cile, il reticolo delle piccole e medie imprese, la viabilità, e l'efficienza della rete telematica; esistono le città lineari lungo la costa, ma si tratta in maniera preponderante di seconde case poco redditizie, senza uno sviluppo aziendale turistico di tipo romagnolo.

Questa dualità si rispecchia nella ripresa dell'emigrazione dal Mezzogiorno: secondo un rapporto Svimez, il rapporto Nord/Sud per i residenti continua a peggiorare, soprattutto per quanto riguarda i laureati, con un flusso costante di laureati meridionali nelle città e nelle aziende settentrionali, ma anche per riduzione della natalità, in un circolo vizioso in cui il mancato sviluppo espelle giovani quadri e dirigenti e questo rallenta ancora lo sviluppo. In questa frammentazione del mercato nazionale, della domanda e offerta di lavoro, dei consumi devono muoversi le imprese, con risultati invero fortemente divaricati da regione a regione per la prevalenza dei fattori ambientali su quelli squisitamente imprenditoriali.

Il lavoro e la metafora del treno tra locomotiva e terzo vagone

Un italiano su tre è nell'area del traino, mentre più di uno su quattro è inattivo

di G.C.

In questo primo scorcio di XXI secolo il divario tra Nord e Sud del Paese si è ulteriormente allargato. Il fenomeno è stato accelerato in particolare a causa del rapido sovrapporsi di due cicli recessivi. Nel 2000, infatti, il Pil pro capite del Mezzogiorno era pari al 68,4 per cento di quello del Centro Nord. Nel 2007, anno precedente allo scoppio della grande crisi, il divario è salito al 67,7 per cento. Dopo due cicli recessivi, è comunque scivolato nel 2015 al 66,3 per cento, vicino al minimo del 2014. Per offrire un'ulteriore chiave di lettura e di interpretazione delle differenti capacità di crescita dei territori italiani, l'Ufficio studi di Confartigianato ha costruito un modello che utilizza la metafora del treno. Sono state così individuate le diverse componenti della società italiana suddividendole in locomotiva, seguita dal vagone dei "settori protetti", dal vagone della spesa pubblica, infine, dal vagone dei soggetti in cerca di occupazione e inattivi senza redditi.

In testa al treno vi sono le locomotive, il motore e la potenza di traino economico della società. Nelle locomotive trovano posto gli occupati, indipendenti e dipendenti, che lavorano in imprese private, che operano nei mercati ad elevata concorrenza, che assumono in pieno i rischi di impresa, che prendono capitali in prestito, che investono e creano occupazione. Gli addetti delle locomotive lavorano in imprese che competono sui mercati internazionali e in settori che verranno coinvolti in pieno dai meccanismi della direttiva europea sulla concorrenza nei servizi.

Nel treno della società italiana le locomotive sono seguite, appunto, da tre vagoni: il primo è quello dei settori "protetti", con a bordo gli occupati in settori a bassa concorrenza, dove un'elevata regolazione frappone consistenti barriere all'ingresso di nuovi competitori e mantiene elevati i prezzi. Il vagone è composto da lavoratori dei settori della produzione di energia, della finanza e delle assicurazioni. Su questo vagone viaggiano anche gli addetti dell'agricoltura, comparto che rimane protetto dal sistema dei sussidi dall'Unione europea.

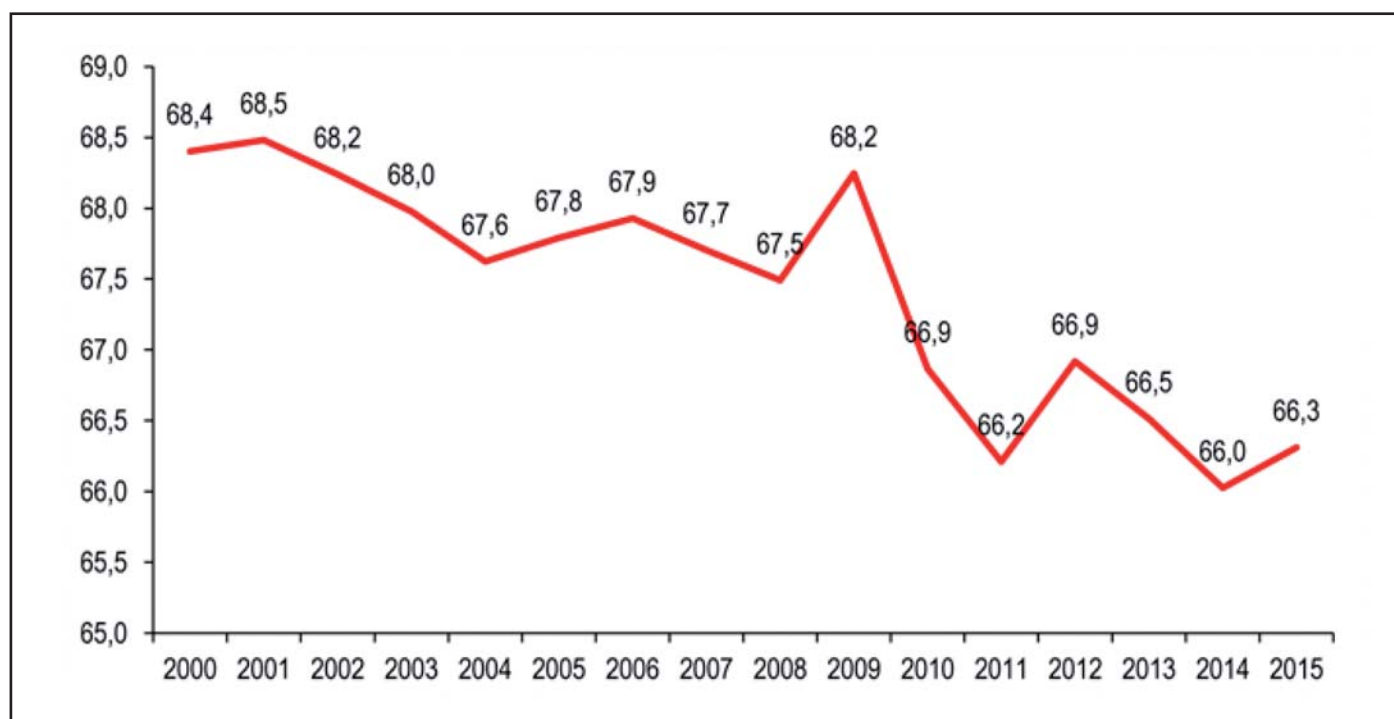
C'è poi il secondo vagone, quello della spesa pubblica: qui trovano posto i soggetti il cui reddito prevalente è garantito dalla spesa pubblica, pensionati e dipendenti pubblici. In coda al treno il terzo vagone, quello composto da soggetti in cerca di occupazione e inattivi senza redditi: si tratta di persone in cerca di lavoro, soggetti che non partecipano alla forza lavoro come studenti, uomini e donne adulti che non si offrono sul mercato del lavoro. La metafora del treno non mette in discussione



la necessità fisiologica che vi sia una quota della società attiva che sostiene i cittadini più deboli, esclusi dai processi produttivi ovvero ritirati dal lavoro. Il modello mette in evidenza che la velocità del treno – e conseguentemente il ritmo della crescita economica – dipenderà dalla coesistenza di una robusta e potente locomotiva che traina vagoni relativamente snelli e non eccessivamente carichi.

Il treno "medio" della società italiana è composto da 17.789.000 persone, pari al 33,6 per cento della popolazione che prendono posto nelle locomotive. A seguire 1.583.000 persone, pari al 3 per cento della popolazione, occupano il vagone dei settori protetti. Quindi 19.596.000 persone, pari al 37 per cento della popolazione, occupano il più affollato vagone della spesa pubblica. Infine 13.983.000 persone, pari a ben il 26,4 per cento della popolazione sopra ai 15 anni, rappresentano la popolazione inattiva, senza reddito ovvero in cerca di occupazione. Insomma, una rilevante "zavorra".

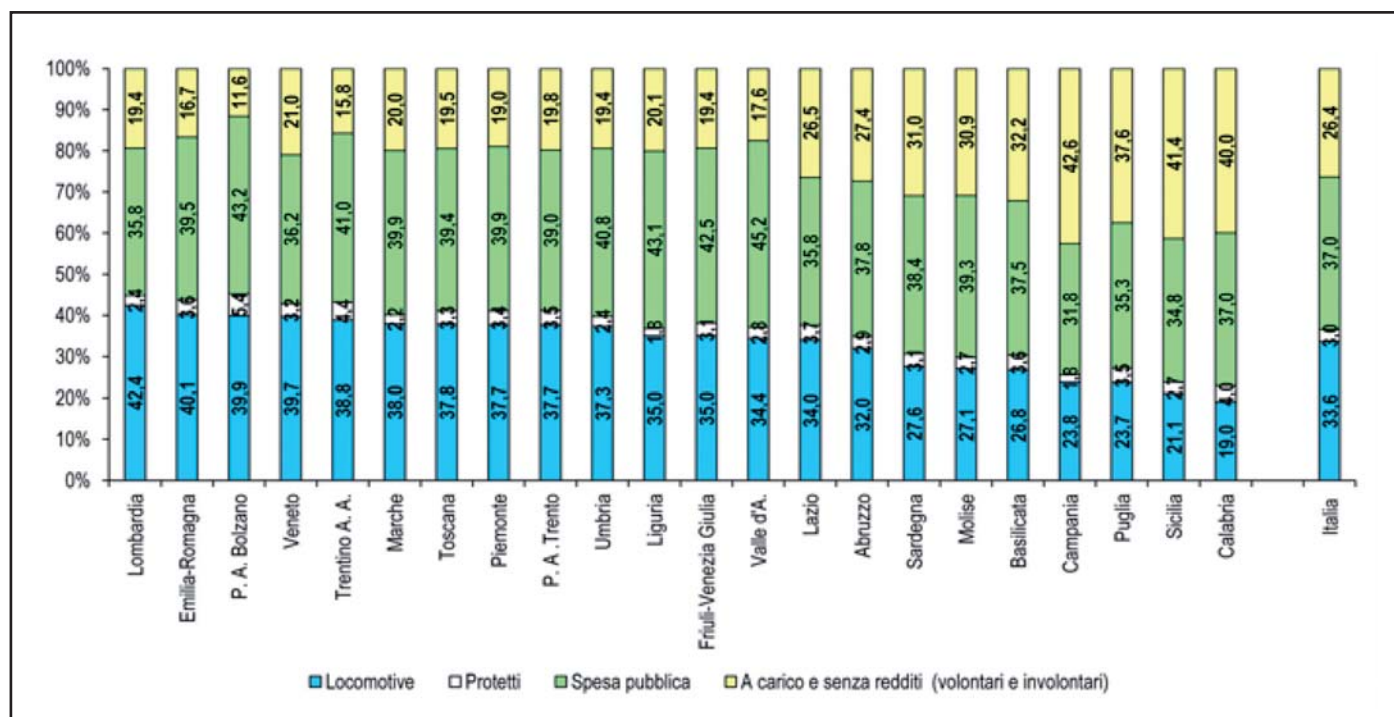
RAPPORTO TRA PIL PRO CAPITE DEL MEZZOGIORNO E CENTRO NORD
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat



Nella locomotiva più dei due terzi degli addetti (67 per cento) lavorano nelle piccole imprese. Nei "settori protetti" non agricoli, invece, predomina la media e grande impresa: il 71,3 per cento degli addetti nei settori del vagone dei "protetti" lavora in medio-grandi imprese. Esaminando la composizione del treno della società italiana per territorio si osserva la regione con la locomotiva più potente è la Lombardia dove il relativo peso è del 42,4 per cento della popolazione, seguita da Emilia-Romagna (40,1 per cento), provincia autonoma di Bolzano (39,9 per

cento) e Veneto (39,7 per cento). Sul versante opposto troviamo le regioni del Mezzogiorno ad avere il più basso peso della popolazione appartenente alle locomotive. L'Abruzzo è la regione meridionale con il maggior peso delle locomotive, pari a 32 per cento, valore di poco inferiore alla media nazionale di 33,6 per cento. Nel fondo della classifica troviamo quattro regioni dove il peso delle locomotive è inferiore al 25 per cento: in Campania con il 23,8 per cento, in Puglia con il 23,7, in Sicilia con il 21,1 e in Calabria che raggiunge il valore minimo del 19.

IL TRENO DELLA SOCIETÀ ITALIANA PER REGIONE
% su totale della popolazione 15 anni e più



Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Istat

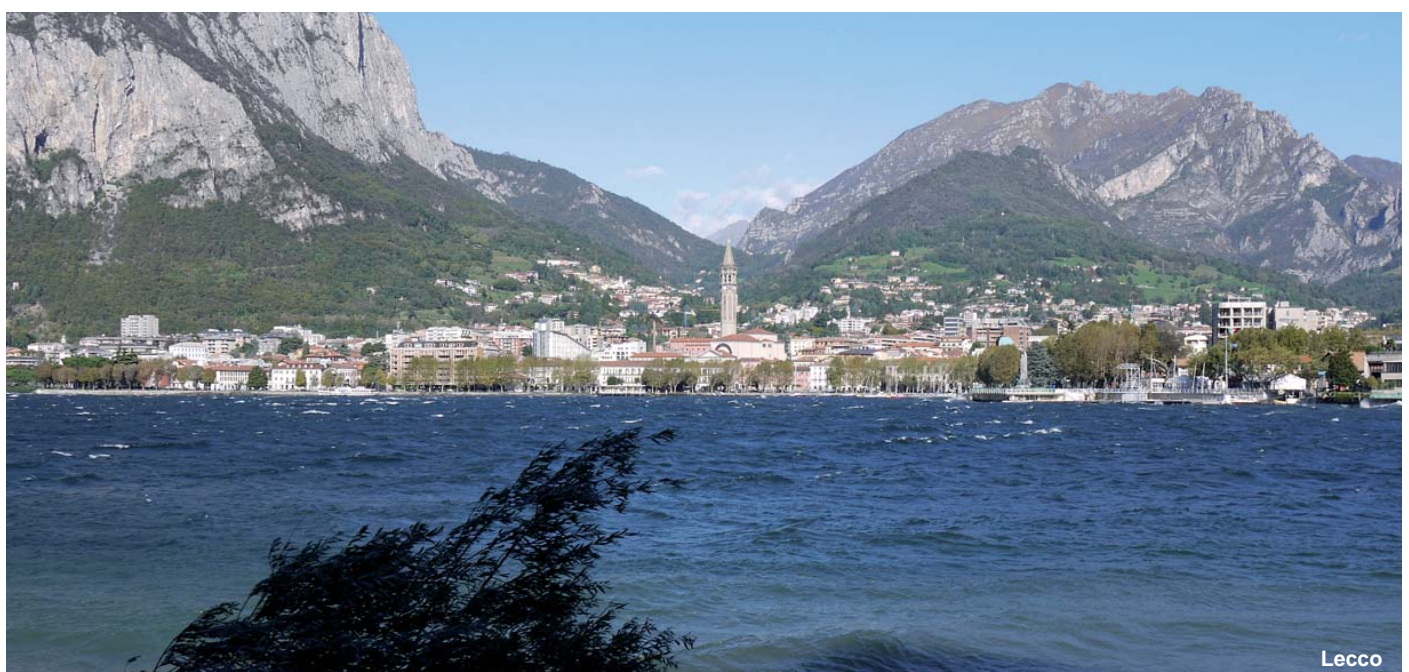
Lecco, la provincia che sembra la Cina

La crisi è solo un ricordo: la produzione industriale ha ripreso a correre

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

Lecco, patria della meccanica (e delle industrie che costruiscono macchine, impianti, componenti e automazioni funzionali al processo produttivo, vantaggio non da poco), ha ricominciato a correre. La produzione nel 2017 ha incassato un più 6 per cento, il doppio della media nazionale. Le commesse registrano un boom con livelli pre-crisi. L'export tira. La domanda interna è finalmente ripartita. I numeri dell'Istat sono unanimi nel confermare il trend positivo sia sul fronte della domanda, sia dell'attività produttiva, sia del fatturato. E gli incentivi del piano "Industria 4.0" del ministro Calenda accrescono l'ottimismo anche per il prossimo futuro. L'ultimo Osservatorio congiunturale di Confindustria che riguarda le province di Lecco e Sondrio, conferma il trend. Il documento, relativo al secondo semestre 2017, è zeppo di informazioni positive. L'attività produttiva è andata su di 4,3 punti. Il grado di utilizzo degli impianti ha registrato un ottimo 75,8 per cento e le previsioni per i primi sei

mesi del 2018 sono a quota 78,7 per cento. La domanda tendenziale nelle due province è a più 5,1 per cento. Per il primo semestre 2018 le previsioni vedono tutto al rialzo. L'accelerazione dello sviluppo economico è figlia principalmente della domanda estera. I dati sull'import-export relativi al 2017 diffusi a marzo dalla Camera di Commercio di Lecco indicano che il 68,2 per cento delle esportazioni è rivolto al mercato dell'Unione europea e risulta in crescita (più 8 per cento). La Germania si conferma il primo Paese destinatario dell'export lecchese, con oltre un miliardo di euro (23,8 per cento del totale), seguita dalla Francia (quasi 500 milioni di euro, 10,7 per cento). Significativi anche l'aumento dell'export lecchese nel Regno Unito (più 26,8 milioni di euro). Dai dati emerge inoltre come nel 2017 il contributo all'export lecchese è venuto prevalentemente dal settore metalmeccanico: prodotti in metallo (36,7 per cento del totale) e macchinari (26,6 per cento). "Le nostre imprese, per la maggior parte metal-



Lecco



meccaniche, hanno un patrimonio di competenze che consente loro di realizzare e mettere sul mercato dei prodotti qualitativamente elevati, molto richiesti soprattutto dai mercati europei, in particolare Germania e Francia – conferma Marco Piazza, responsabile area internazionalizzazione di Api Lecco. “Ma non solo. Le nostre aziende stanno tessendo rapporti commerciali anche con altri mercati, come il Regno Unito e il Nord Africa, dove però incidono molto i costi di trasporto. Il commercio estero è oggi più che mai una necessità – conclude Piazza.

Secondo Api Lecco, però, bisognerebbe sostenere ulteriormente questa dinamica positiva attraverso iniziative di sistema, di natura locale o regionale, in cui in maniera strutturale le aziende possano beneficiare di misure agevolative per l’export e per l’incremento di competenze professionali o servizi volti ad una maggiore internazionalizzazione delle imprese.

L’alta qualità delle produzioni è quindi apprezzata in ogni angolo del Pianeta. La propensione all’export è strettamente legata alla capacità delle aziende locali di riorganizzare le attività produttive, di aprirsi all’innovazione e di essere quindi competitive sui mercati globali. Merito di scelte imprenditoriali lungimiranti, con ristrutturazioni eseguite nei tempi giusti e aver valutato la diversificazione come risposta ai momenti di crisi. Ecco perché la zona, oggi motore trainante dell’intera Lombardia, risulta essere un’ottima area-test per pianificare il domani su larga scala, acquisendo consapevolezza sulle necessità di puntare ai processi qualitativi e di formare quelle nuove figure professionali che il mercato del lavoro – in costante trasformazione – richiede con maggiore frequenza.

Proprio sul fronte occupazionale, grazie a tutto ciò, i dati sono favorevoli: il tasso di occupazione nel 2017 è salito dello 0,94 per cento rispetto al 2016 (più 1.349 unità). L’ultimo studio Istat sul mercato del lavoro, pubblicato a marzo 2018, evidenzia un tasso di occupazione a Lecco del 69,2 per cento, secondo dato più alto di tutte le province lombarde, appena sotto da Milano che è al 69,5 per cento. La disoccupazione è scesa al 5,27 per cento. Il tasso di disoccupazione giovanile è all’11,93 per cento.

“Sì, è vero, le industrie hanno ripreso a correre – conferma a Infoimpresa Gianluca Morassi, giornalista economico dello storico quotidiano locale “La Provincia”, nato a

Como nel 1892. “Uno dei gioielli dell’imprenditoria locale è la Fiocchi munizioni, posta proprio a Lecco città. Fondata nel 1876, è conosciuta in tutto il mondo ed ha oltre seicento dipendenti”. La Fiocchi, che produce un’ampia gamma di munizioni di piccolo calibro, è apprezzata nel settore caccia, nel tiro, in ambito di sicurezza e difesa, nonché in particolari settori dell’industria. E’ un modello di internazionalizzazione.

“Un altro esempio di imprenditoria di successo è rappresentato dall’Omet, che produce macchine per stampare etichette – prosegue Morassi. L’azienda, che ha cinque realtà produttive in Italia con oltre trecento dipendenti, ha un fatturato in crescita costante di un 10 per cento annuo. Come racconta il direttore marketing di Omet, Marco Calcagni, l’azienda sta investendo una decina di milioni per raddoppiare le linee di montaggio. Il primato di ricavi (oltre 110 milioni) e la crescita del personale (25 unità in più soltanto lo scorso anno) la dicono lunga sulla crisi archiviata tra i ricordi. La presenza di Omet nel mercato mondiale è garantita da tre filiali che seguono i mercati in forte crescita dell’Estremo Oriente, (Omet Suzhou, in Cina), America Latina (Omet Ibéricas con sede in Spagna) e Centro e Nord America (Omet Americas negli Usa), oltre che da numerose agenzie internazionali qualificate. “L’azienda ha saputo anche diversificarsi, producendo salviettine umidificate – racconta Morassi. Questi esempi dimostrano come l’imprenditoria di provincia sia capace di allargare la propria geografia, ma mantenendo i tratti tipici della piccola dimensione: familiarità dell’approccio, dimensione sociale delle sue relazioni con i clienti e i fornitori, valorizzazione delle risorse umane, partecipazione in prima persona al mercato, dinamismo.

“Un altro valido esempio è offerto da Pietro Fontana – segnala Morassi. “Opera su quattro plant produttivi situati nella provincia di Lecco in cui si svolgono attività di engineering, di costruzione stampi e di produzione carrozzeria e arredi di design, oltre che le attività di governance ed il coordinamento delle altre società del Gruppo”. Fontana Pietro è infatti la società capogruppo e sede del quartier generale di Fontana Group che dall’Italia controlla le società produttive Fontana Pietro Kalip e Fontana Pietro Romania, localizzate rispettivamente a Istanbul e Schitu Golesti.

Jesi, la provincia marchigiana dove si "incubano" startup

"JCube", l'innovation hub del Gruppo Industriale Maccaferri

di G.C.

Per la capacità di coniugare fervore industriale e culturale, Jesi, città con 40mila residenti in provincia di Ancona, è da sempre definita "Milano delle Marche". Lo splendido ambiente collinare, le tante testimonianze storiche (dal chilometro e mezzo di mura al sistema territoriale dei 18 castelli e dei borghi fortificati), i due teatri e i cinque musei, l'ottima enogastronomia che include il famoso Verdicchio, uno dei migliori vini bianchi del mondo (è anche presente una rinomata scuola di alta cucina), ne fanno un esempio del buon vivere e un luogo ideale per fare impresa esaltando le virtù della sana provincia italiana.

Qui il Gruppo Industriale Maccaferri, che opera da oltre un secolo nel mondo della produzione industriale (presente con 58 stabilimenti in tutto il mondo, fatturato di quasi 1,3 miliardi di euro), dal 2013 ha il suo corporate innovation hub denominato JCube. L'obiettivo primario della struttura è di favorire l'innovazione in ambito imprenditoriale, anche attraverso l'open innovation. Nato come incubatore per startup, JCube sta ampliando strutture e attività con l'obiettivo di diventare un vero e proprio parco d'innovazione. Nel 2015 ha inaugurato il Fab Space, laboratorio dedicato alla manifattura additiva, e ha avviato progetti di open innovation - che favoriscono la contaminazione di competenze nell'ambito ricerca & sviluppo per il mondo corporate - e di acceleration, a supporto delle startup. Sono oltre una trentina le imprese "incubate" da JCube, prevalentemente hardware startup che operano in ambiti quali biotech, cleantech, smart agriculture, food e IoT. Le aziende selezionate sono preferibilmente "startup innovative" (legge 221/2012).

Tra le attività più recenti, segnaliamo il programma "Gruppo Maccaferri Connect", che ad aprile ha premiato due startup e un gruppo di ricerca (10mila euro ciascuno), su oltre duecento progetti presentati. I vincitori potranno avviare collaborazioni con le sub-holding del Gruppo attive nei settori meccanica (Samp), energie rinnovabili (Seci Energia) e food (Naturalia Ingredients).

"Questa iniziativa è stata un'importante esperienza che

conferma l'opportunità dell'Open Innovation anche per gruppi industriali manifatturieri - spiega Massimo Maccaferri, presidente di JCube.

Tra le altre iniziative, "Bioupper", promossa da Novartis, Fondazione Cariplo, Ibm e JCube, con lo scopo di favorire la crescita delle startup più innovative nell'ambito delle scienze della vita attraverso due call distinte.

La "call for ideas" (aperta fino al 5 giugno 2018) si rivolge a coloro che progettano e sognano di tradurre un'idea in



impresa nel campo delle scienze della vita. I più meritevoli verranno accompagnati in un percorso personalizzato di accelerazione e i tre migliori progetti riceveranno un contributo in servizi fino a 180mila euro ciascuno.

La "Call for scale" (aperta fino al 28 maggio 2018) è un programma di open innovation con il duplice obiettivo: sostenere l'innovazione nel campo scienze della vita attraverso la selezione di startup che hanno sviluppato prodotti e servizi già maturi per essere portati sul mercato; supportare la crescita delle startup italiane attraverso la collaborazione con aziende pubbliche e private operanti nel settore sanitario e ospedaliero. L'obiettivo è accedere al "Match-Making Program", percorso che porterà le startup a relazionarsi con i principali attori del mercato per costruire opportunità di business.

Informazioni: www.bioupper.com

Veneto: tanta frammentazione, ma territorio ben valorizzato

Incontro con Diego Sandri, referente regionale Caa Unsic

di G.T.

Sono molte le imprese che operano in provincia, la maggior parte collocate nel nord del Paese. Per avere un quadro dettagliato di quelle ubicate in Veneto, facciamo il punto con Diego Sandri, referente Caa Unsic per il Veneto.

- Dottor Sandri, ci può descrivere che tipologie di aziende sono presenti nel territorio?

“La tipologia risente della collocazione territoriale dei nostri Sportelli operativi: ad indirizzo vitivinicolo nei Colli Euganei e nella zona di Gambellara, prevalentemente zootecniche nel Vicentino e indirizzate ai seminativi e alla grandi colture (grano, mais, soia, bietola,...) nella zona del veneziano.

- Come influisce la rete imprenditoriale con la situazione occupazionale regionale?

“Le aziende agricole che fanno riferimento al nostro Centro hanno una percentuale di ricambio modesta, stimata nel 3 per cento: i giovani che decidono di intraprendere l'attività agricola sono soprattutto attratti dallo strumento degli incentivi previsti dal Piano di Sviluppo Rurale per il primo insediamento: una più rilevante dotazione di risorse consentirebbe un maggior ricambio generazionale. Nella maggior parte dei casi si tratta di una sostituzione della figura imprenditoriale in ambito familiare o dell'inserimento del giovane nella società agricola di famiglia. Si riscontra tale fenomeno maggiormente nelle province più dinamiche della regione, mentre a Belluno e Rovigo i nuovi insediamenti sono più contenuti. Un caso particolare riguarda un'azienda agricola che si è posta quale capofila di un Gruppo operativo ‘Suolo Vivente’ e che cerca di trasmettere ad altri agricoltori nonché ai consumatori finali l'importanza di una coltivazione sostenibile per rispondere alla domanda di cibo: la minima e non lavorazione, l'utilizzo delle cover crops favoriscono la vita del suolo riducendo l'emissione di anidride

carbonica e l'impiego di concimi e prodotti fitosanitari con l'obiettivo di ridurre l'inquinamento ed il fenomeno dell'erosione del terreno.

- Quali sono le problematiche che riscontrate nel vostro lavoro?

“Gli aspetti negativi nell'operare in provincia riguardano soprattutto la frammentazione fondiaria con la difficoltà di creare aziende agricole con una Superficie Agricola Utilizzata in grado di poter competere dal punto di vista produttivo ed economico: il fenomeno di concentrare le produzioni ad elevato reddito (vite, frutteti, ortive) in appezzamenti di terreno limitati ha prodotto l'effetto di abbandono delle superfici a prato e pascolo con conseguente peggioramento della valenza ambientale e paesaggistica del territorio. Per contro l'aspetto positivo principale mi pare sia lo sforzo degli imprenditori agricoli di valorizzare il territorio in cui vivono attraverso la difesa dell'origine del proprio prodotto, la tutela dell'ambiente ed il raggiungimento di standard elevati in termini di sicurezza alimentare”.

- Come giudica il dialogo tra imprese e istituzioni?

“Le aziende agricole si avvalgono prevalentemente della nostra attività per rapportarsi con le istituzioni a livello nazionale e regionale. Infatti assistiamo gli agricoltori nel rapporto con la pubblica amministrazione nell'ottica della gestione degli adempimenti amministrativi nonché della diffusione delle conoscenze sulle normative regionali, nazionali ed europee comprese le opportunità di finanziamento alle proprie imprese. Nello specifico ai Caa sono infatti delegate le attività di costituzione, l'aggiornamento e la conservazione del Fascicolo aziendale che costituisce il presupposto per la richiesta degli aiuti comunitari e nazionali nonché gli altri procedimenti di settore”.

Abruzzo e agricoltura, filiera corta ma male le infrastrutture

Incontro con Nazareno Di Donato, responsabile tecnico Creo Abruzzo

di GIUSEPPE TETTO

In Italia è un periodo di fervore costellato da iniziative imprenditoriali create da giovani e di piccole aziende con grandi idee. Questo perché il nostro Paese, oltre ad essere una nazione fondata sul lavoro, è soprattutto un Paese fondato sulle piccole e medie imprese, la maggior parte delle quali operano in particolare in provincia. L'Italia ha, infatti, il più alto numero di attività imprenditoriali che contano non più di una decina di dipendenti. Siamo conosciuti in tutto il mondo per la qualità e l'eccellenza dei nostri artigiani, dei prodotti della nostra terra e del modo in cui riusciamo ad affinare le nostre arti per rendere il "Made in Italy" sempre più ricercato nel mercato mondiale. Il settore dell'alimentazione e dell'energia sono da anni trainanti e le imprese che sviluppano nuove tecnologie, nuove idee e nuovi progetti hanno buone chance di crescere e di attecchire bene, anche verso l'estero. Al 30 giugno 2017, secondo i dati del ministero dello Sviluppo, le aziende iscritte alla sezione speciale del Registro delle imprese (condizione necessaria per l'accesso al regime agevolato di startup innovativa) sono 7.398 (più 24,5 per cento rispetto al 2016), con una media di 253 nuove iscrizioni al mese nel primo seme-

stre del 2017 (a fronte di una media storica di 172). Sono soprattutto i giovani ad aver capito le potenzialità del settore, consapevoli del fatto che l'Italia per crescere deve puntare su quegli asset d'istintività nazionale che garantiscono un valore aggiunto nella competizione globale come il territorio, il turismo, la cultura, l'arte, il cibo e la cucina. E' per questo che molti giovani hanno scelto il settore agricolo come campo per intraprendere nuove imprese: nel 2017 a livello nazionale sono aumentati del 6 per cento gli under 40 titolari di imprese agricole.

Ad esempio nella Regione Toscana, secondo i dati Inps, delle 23.300 aziende agricole condotte in forma autonoma con titolari imprenditori agricoli o coltivatori diretti ben 3.850 hanno un titolare under 40 quindi siamo al 16.5%.

Ma è da qui che nasce il problema.

Se da una parte le aziende e imprese italiane, soprattutto nell'ambito manifatturiero, vanno a creare un terzo del fatturato totale dando occupazione a un quarto della popolazione, dall'altra la forte crisi sta facendo riscontrare una moria generale nella creazione e nell'evoluzione delle imprese che lavorano in particolare nelle provincie



L'anfiteatro di Amiternum

del nostro Paese. Un paradosso in termini che rischia di degenerare andando a colpire l'ossatura fondamentale su cui si regge l'apparato economico nazionale.

Per capire nel dettaglio le problematiche le aziende che lavorano in provincia vivono tutti i giorni abbiamo voluto sentire l'opinione di Nazareno Di Donato, responsabile del settore tecnico del Creo Abruzzo, la Cooperativa regionale olivicoltori.

- Dottor Di Donato quali sono le tipologie di aziende con cui lavorate?

“Nella nostra provincia abbiamo tre tipologie di aziende agricole: imprese agricole-litorali, con una media podere di circa sei ettari, ‘considerate piccole aziende’ dove abbiamo un’agricoltura intensiva, rappresentata da produzioni di alta qualità come ortaggi olivicoltura, vitivinicoltura e frutticoltura, che costituiscono un reddito adeguato per gli operatori. La seconda tipologia di aziende agricole è collocata nella collina interna, dove la maglia podere di circa 15 ettari considerata ‘aziende agricole media’, le cui produzioni sono di tipo intensivo e hanno un indirizzo produttivo cerealicolo-zootecnico, con un reddito che non soddisfa a pieno gli operatori del settore, in quanto le produzioni di cereali, latte e carne sono pagate meno rispetto al loro valore reale. La terza tipologia di aziende agricole è collocata invece in montagna, dove la maglia podere è di 50 ettari, considerata ‘grande azienda agricola’, caratterizzata da grandi estensioni di pascoli e impianti di forestazioni. Questa realtà produttiva è caratterizzata da una forte riduzione degli addetti nel settore, perché sussistono difficoltà oggettive di operare in queste zone, dove l’innovazione tecnologica non arriva. Il settore produttivo trainante è quello della pastorizia, che determina anche un buon risultato economico per i pochi addetti rimasti ad operare in queste realtà, grazie anche agli incentivi comunitari erogati”.

- Quali sono gli aspetti positivi e quelli negativi dell’operare in provincia?

“Gli aspetti positivi nell’operare nel settore agricolo nella nostra provincia, sono determinati dai rapporti costanti che si hanno direttamente con gli operatori agricoli, potendo monitorare costantemente l’andamento delle aziende agricole in rapporto alla loro produttività e all’organizzazione dei fattori della collocazione nel territorio. I punti di difficoltà si riscontrano soprattutto nella mancanza di infrastrutture adeguate che vadano a collegare le aziende agricole con le grandi arterie di strade e su rotaie. Cosa che mette in crisi la commercializzazione diretta delle produzioni di queste aziende”.

- Come giudica il rapporto delle aziende con le istituzioni?

“Per quanto riguarda i rapporti con le istituzioni, devo dire che sono quasi inesistenti, soprattutto a livello di Ente regionale, in quanto essendo considerati piccole organizzazioni, non si riesce ad entrare a far parte delle varie trattative del cosiddetto ‘tavolo verde’. Inoltre a livello nazionale, l’unico interlocutore per quanto riguarda l’agricoltura è Agea: anche qui purtroppo non abbiamo possibilità di avere rapporti costanti per risolvere i problemi dei nostri associati. Occorre attivarci per migliorare queste dinamiche”.



- Dal punto di vista occupazionale, pensa che le aziende che lavorano in provincia possano essere un trampolino occupazionale per i giovani?

“La nostra agricoltura a livello provinciale, ha prodotto in questi anni una nuova generazione di imprenditori agricoli, grazie ai piani di sviluppo rurali che si sono succeduti dal 2007 fino alla scadenza del 2020. Questi piani hanno contribuito, attraverso i vari bandi di primo insediamento per i giovani, alla creazione di aziende agricole innovative e tecnologiche avanzate dove molti giovani hanno trovato l’opportunità di risolvere il loro status di disoccupati”.

Piante madri: quali opportunità per gli agricoltori?

Basilare orientarsi su materiale di innesto di elevata qualità

di GIORGIO CAPACCIOLI

Tra i diversi comparti della produzione agricola italiana, il vivaismo occupa un posto di grande rilievo, per ricchezza prodotta e per numero di operatori ed aziende attive nel settore. Il raggiungimento di rese elevate nelle produzioni vivaistiche di piante ornamentali, piante orticole, piante da frutto e barbatelle di vite si ottiene solo partendo da materiale di innesto di elevata qualità. Per questo, è importante mantenere nel tempo la capacità di resistere agli attacchi fungini, attecchire, germogliare, formare il callo di innesto e radicare. La conservazione - che parte dalla pianta madre capostipite di una varietà - e la premoltiplicazione, sia pure con alcune eccezioni, prevedono il mantenimento delle piante madri all'interno di apposite strutture (screen house) atte a garantire l'isolamento delle piante dai principali organismi patogeni (virus, fitoplasmi e altri).

Nella fase di moltiplicazione le piante madri vengono coltivate in pieno campo ma sempre sotto stretto controllo fitosanitario: anche in questa fase vengono effettuati diversi controlli visivi e di laboratorio per molti organismi patogeni. In vivaio si completa il processo di certificazione e le piante prodotte sono pronte per la commercializzazione con i requisiti previsti dai disciplinari delle singole specie: categoria del materiale certificato virus esente o virus controllato e corrispondenza genetica certa.

Per l'attuazione della certificazione sono stabiliti ruoli e compiti per i vari attori coinvolti ed in particolare le aziende vivaistiche che producono le piante, il Servizio fitosanitario Regionale e i produttori frutticoli.

Alle aziende vivaistiche (vivaista - fornitore) competono tutte le attività connesse alla produzione di piante finite e di materiale di moltiplicazione, dalla costituzione di nuove varietà a tutte le varie fasi di moltiplicazione, fino alla commercializzazione finale. Il vivaista è quindi il primo responsabile delle caratteristiche del suo prodotto. Al prodotto commercializzato deve sempre essere applicato uno specifico cartellino-certificato di colore azzurro che riporta la dicitura "categoria certificato" e lo stato sanitario "virus esente" o "virus controllato". Il vivaista che aderisce al pro-

gramma di certificazione si impegna a seguire scrupolosamente quanto previsto dalle specifiche normative, che stabiliscono tra l'altro come eseguire i controlli fitosanitari e le verifiche delle caratteristiche genetiche.

Il Servizio fitosanitario svolge il controllo del processo di certificazione in tutte le fasi, attraverso diverse ispezioni di campo e la verifica della conformità della documentazione relativa al materiale richiesto in certificazione (documenti di commercializzazione, cartellini-certificato, ecc...). Spettano al Servizio fitosanitario anche il riconoscimento dell'idoneità dei campi di piante madri, dei laboratori di micropropagazione, dei vivai e delle rispettive strutture produttive. Accertata la conformità rispetto a quanto disposto dalle normative, il Servizio rilascia la certificazione ai materiali prodotti, attestata dal cartellino-certificato apposto sulle piante. Più in generale, il Servizio fitosanitario ha il compito di sorveglianza del territorio rispetto alla diffusione delle malattie di "quarantena"; ciò è particolarmente importante per garantire che l'attività vivaistica si svolga in aree idonee a prevenire contaminazioni del materiale vivaistico.

Il produttore frutticolo ha un ruolo molto importante come utilizzatore finale delle produzioni vivaistiche. Se sceglie di acquistare piante certificate, deve accertarsi che ad ogni astone sia applicato lo specifico cartellino-certificato azzurro, e segnalare al Servizio fitosanitario eventuali omissioni o contraffazioni. È interesse del produttore frutticolo collaborare con la struttura regionale nell'opera di controllo e prevenzione per la diffusione di patogeni da quarantena, con particolare attenzione a quelli per i quali è in vigore un provvedimento di "lotta obbligatoria" (virus della vaiolatura delle drupacee, agente della "Sharka", ed *Erwinia amylovora*, agente del "Colpo di fuoco batterico"). A questo scopo e ai fini del mantenimento della tracciabilità i cartellini presenti sulle piante al momento dell'acquisto devono essere sempre conservati in azienda.

Rete di imprese: esserci o non esserci?

Che cosa sono i "contratti di rete"? Una guida per scoprirlo...

di DANIELA TORRESETTI

Il tessuto industriale italiano è caratterizzato da un ricca presenza di piccole imprese a conduzione familiare, che stanno trovando conveniente aggregarsi in reti di imprese.

A fine 2017 Infocamere conta 4.223 contratti di rete (più 42 per cento rispetto al 2016), che aggregano ben 22.421 imprese partecipanti. Le reti d'impresa sono uno strumento di collaborazione. Infatti attraverso la sottoscrizione di un "Contratto di rete" le aziende si impegnano reciprocamente a collaborare in forme ed ambiti attinenti alle attività delle imprese aderenti, per la realizzazione di un programma comune, scambiandosi informazioni e/o prestazioni di natura industriale, commerciale, tecnica o tecnologica e/o realizzando in comune determinate attività attinenti all'oggetto di ciascuna realtà.

Le imprese che si riuniscono in una rete stabiliscono degli obiettivi comuni, come:

- scambiare know-how o prestazioni industriali, commerciali, tecnologiche;
- collaborare nell'ambito delle rispettive imprese;
- esercitare in comune attività di impresa.

Nella definizione di tali obiettivi, la legge prevede ampia autonomia contrattuale di adattamento degli obblighi giuridici.

L'obiettivo del legislatore di fronte alla crisi globale e al difficile contesto economico interno è stato valorizzare le forme di aggregazione tra aziende, per superare il limite dimensionale e così poter competere sui nuovi mercati esteri.

La costituzione delle cosiddette Reti d'Impresa rappresenta un'interessante opportunità per il potenziamento dimensionale delle piccole e medie imprese e per l'aumento della loro competitività con conseguente riduzione del gap con quelle medio-grandi, salvaguardando però la propria individualità. Innovazione e internazionalizzazione sono aspetti essenziali per la sopravvivenza delle aziende, ma sono obiettivi di difficile raggiungimento per realtà imprenditoriali di piccole dimensioni.



Alla fine il contratto di rete non sostituisce il singolo imprenditore, ma è un supporto per colmare le lacune e potenziare i vantaggi competitivi di ciascun partecipante. In pratica si costituisce un'azienda che ha come obiettivo la valorizzazione di sinergie tra aziende con un processo graduale e in proporzione ai risultati ottenuti, lasciando ciascun imprenditore autonomo.

Il contratto di rete è stato oggetto nel tempo di numerose disposizioni volte ad invogliare le imprese all'impiego di detto strumento, attraverso varie tipologie di incentivi nazionali e semplificando l'iter burocratico da seguire. L'esperienza insegna che i contratti tra poche imprese lavorano bene e fungono da apripista per la crescita della rete stessa. L'obiettivo non è partire, ma far funzionare l'aggregazione tra aziende, generare profitti invece di ulteriori costi e problemi.

Prima di creare una rete di imprese o una qualsiasi aggregazione è importante l'incontro tra tutti gli imprenditori per capire le visioni aziendali, le aspettative, il business ed identificare le sinergie che si possono generare. La bravura è saper scegliere le aziende perché condividere un obiettivo a lungo termine implica l'apertura al confronto e la capacità di guardare oltre il proprio orticello. L'Italia è un paese ricco di imprenditori con una scarsa cultura d'impresa, il cui il vero vantaggio competitivo è dato dal Made in Italy, inteso come originalità e alta qualità ampiamente apprezzate sul mercato "globale".

Canapa: un trend dalle opportunità crescenti

Confermate le sue proprietà benefiche per Omega 3-6 e proteine vegetali

di GIORGIO CAPACCIOLI

Abandonata la coltura nel primo dopoguerra, anche a causa della diffusione della plastica e dei prodotti derivati dal petrolio, si è finito per assimilare la canapa per uso industriale (cannabis sativa) alla cannabis indica, famosa per i suoi effetti stupefacenti, andando di conseguenza incontro ad una legislazione per semplificazione sempre più avversa.

Negli ultimi vent'anni però, i pionieri della canapa si sono moltiplicati, lentamente ma costantemente, ed oggi sono una realtà in forte crescita nel panorama dell'agricoltura italiana ed europea. I numeri ancora in Italia non registrano dei valori enormi in termini assoluti ma il trend e le opportunità crescenti fanno ritenere che è solo questione di tempo.

Tutto questo è sicuramente determinato da un rinnovato interesse nei confronti della canapa, supportato dalla diffusione di studi e dati che evidenziano le proprietà benefiche dei semi di canapa e dei loro derivati, ricchi di acidi insaturi Omega 3-6 e di proteine vegetali.

Per quanto invece concerne l'aspetto normativo, dopo anni in cui il settore è stato soggetto di fatto leggi che ponevano ostacoli se non esplicitamente divieti, il legislatore ha finalmente normato il settore con l'approvazione della Legge sulla canapa del 2 dicembre 2016, n. 242, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale numero 304 del 30 dicembre 2016, che tra l'altro ha creato un "cuscinetto" di esenzioni di responsabilità per l'agricoltore nel caso in cui i risultati ad un controllo rivelino un tenore di Thc superiore a 0,2 per cento ma inferiore a 0,6 per cento. Ricordiamo che il Thc, noto anche come tetraidrocannabinolo, è il prodotto chimico che causa gli effetti psicologici di cui la canapa indiana è la varietà che ne presenta la percentuale maggiore.

La canapa è una pianta che cresce bene in zone dal clima temperato, ma ci sono diverse varietà adattate ai climi più diversi. In Italia esistevano diverse varietà di pregio, di cui alcune sopravvivono ancora, ma oggi si importano per lo più varietà adatte alla raccolta del seme. Se organizzata nel modo giusto, la coltura della canapa

può offrire agli agricoltori uno stimolo per differenziare e ruotare le coltivazioni, generando reddito. La canapa viene infatti coltivata per due ragioni: produrre fibra e semi oleosi. Il fusto della canapa può arrivare fino a 5-6 metri di altezza, mentre il diametro può variare da pochi millimetri ad alcuni centimetri. E' composto per il 25-30 per cento dalla corteccia, con un contenuto di circa l'80 per cento di cellulosa e del 6% di lignina. Il canapulo è invece la parte interna, di colore bianco (e per questo in passato usatissimo per produrre carta), contenente il 77 per cento di cellulosa e il 19 per cento di lignina.

La paglia di canapa era usata in particolare una volta per la produzione di fibra che per le sue caratteristiche tecnologiche la faceva essere forse la fibra più apprezzata sul mercato. Ovviamente l'introduzione della plastica e dei materiali sintetici ha di fatto chiuso le porte per le produzioni a questo scopo. Infatti oggi viene ancora utilizzata per la produzione di feltri e pannelli isolanti, come rinforzo nei compositi plastici, come componente nei tessuti tecnici, come fibra tessile.

Molto interessante oggi è la produzione di semi. Infatti i semi di canapa contengono in natura un olio prezioso che viene estratto a freddo per essere usato come condimento e componente di vari prodotti alimentari mantenendo tutte le proprie virtù salutari.

L'olio di canapa, contiene due acidi grassi essenziali: quello linoleico (omega 6) e l'alfa-linolenico (omega 3), che l'essere umano non è in grado di sintetizzare e deve quindi ottenere dal cibo. In piccola percentuale (3 per cento) contiene anche l'Acido Gamma Linoleico, importante per l'equilibrio ormonale e la regolazione dei lipidi; rispetto ad altri oli vegetali inoltre ha un basso contenuto di grassi saturi (10 per cento). La composizione dell'olio di canapa va a completare quella dell'olio extravergine di oliva, carente di omega 3 e 6, ricco però di omega 9. Una miscela di questi due oli apporta all'organismo la quantità ottimale di tutti gli acidi grassi. Il sapore che risulta è gradevole, simile a quello delle nocciole.

La cosiddetta farina di canapa si ottiene da quello che



rimane dei semi di canapa dopo l'estrazione dell'olio, il pannello, che viene opportunamente macinato, setacciato e selezionato. La quantità maggiore, che abbiamo definito "tipo semola", è di grana grossa e viene normalmente mescolata a farina di grano o di altri cereali per realizzare prodotti da forno, come il pane, le focacce e le piadine, la pizza, i biscotti, la pasticceria e la pasta, fresca o essiccata.

La percentuale di farina di canapa che viene impiegata varia molto, a seconda del prodotto e della ricetta, e conferisce un gusto tipico ed inconfondibile, che viene spesso esaltato dall'uso combinato dell'olio di canapa come condimento a freddo.

Al di là del gusto, che è pur sempre soggettivo, la farina di canapa conserva, come per altri versi l'olio, una parte delle proprietà e delle sostanze che erano nel seme, le quali hanno un'importante valenza dietetica e salutare.

La canapa si può coltivare sia in biologico che in convenzionale. Per il mercato dei prodotti della canapa da seme – alimentazione, cosmesi, salutistica – le coltivazioni certificate biologiche hanno decisamente più opportunità.

La semina per produrre paglia si colloca tra marzo (Sud) ed aprile (Nord), e avviene come per i cereali, con una distanza tra le file di 15/20 centimetri e una densità di 50 chili per ettaro. Il seme deve essere interrato a massimo due centimetri e il terreno deve essere umido, ma privo di ristagni di acqua.

La mietitura avviene tra luglio e agosto. I fusti vengono lasciati in campo ad essiccare per poi essere raccolti in rotoballe e inviati agli impianti di prima lavorazione.

E veniamo dunque alla parte cruciale, i soldi. I costi di semina e raccolta sono simili a quelli dei cereali. Le piante non hanno bisogno di diserbo, non necessitano



di irrigazione (a meno che non ci si trovi in areali siccitosi e ventosi), né di fertilizzanti. Un chilo di semente viene venduto intorno ai 6 euro dalle principali associazioni del settore quindi siamo intorno ai 300 euro ad ettaro.

La resa varia molto da varietà, areale, condizione meteorologica ed esperienza dell'agricoltore. Oscilla tra gli 80 e i 130 quintali per ettaro di prodotto secco che viene comprato dalle filiere associative mediamente, dati del 2016, a 15 euro a quintale. Stimando una produzione intorno ai 110 quintali il ricavo è di 1.650 euro, a cui vanno sottratti sementi e costi di lavorazione, ma a cui vanno sommati i contributi Pac.

Fino a qui abbiamo parlato di fibra, veniamo al seme. La densità di semina in questo caso è più bassa, sui 35 chili per ettaro, da marzo a maggio. La raccolta avviene a fine

settembre o inizio ottobre con mietitrebbia e i semi devono essere immediatamente essiccati per evitare il deterioramento. Le filiere acquistano mediamente i semi a 1,5 euro al chilo, salendo a 1,8 euro per il biologico (dati 2016). Ogni ettaro può produrre dai 7 ai 10 quintali. Per l'agricoltore un utile di mille euro, in caso di biologico con produzione di 8 quintali, compreso il costo della semente. A causa della produzione di biomassa importante c'è anche chi coltiva canapa per la produzione di biogas. Che si punti al seme o alla fibra parliamo di numeri di tutto rispetto, che fanno della canapa una coltura interessante, anche dal punto di vista ambientale. Le radici (fino a un metro e mezzo di profondità) migliorano la tessitura del terreno e le foglie, che prima della mietitura cadono, aumentano la fertilità del suolo.

Roma, perché dei ragazzi aprono un punto vendita?

Tetraidrocannabinolo. È un termine non proprio facile da ricordare quello che classifica il principio psicoattivo della marijuana (o "canapa"), che si ottiene dalle infiorescenze essiccate delle piante femminili di cannabis. Da qualche mese ha assunto una notevole importanza in quanto la tanto auspicata legalità della cannabis dipende proprio dal valore di Thc presente nel prodotto, che deve essere inferiore allo 0,6 per cento. Se rispetta questi parametri, una sorta di varietà "light", la marijuana può essere venduta legalmente. Come avviene nella limitrofa Svizzera, dove però i parametri sono un po' diversi, anche in Italia la "canna light" può venduta in pacchetti come fosse semplice tabacco.

I prodotti commercializzati, in sostanza, esaltano i principi sedativi più che quelli psicoattivi: insomma, detta banalmente, ci si rilassa ma non si sballa. E infatti l'uso più diffuso è proprio quello di assicurare rilassamento, di garantire effetti antiossidanti utili a chi soffre di malattie degenerative e di combattere dolori mestruali, articolari o semplici emicranie. Per assicurare ciò, è importante la presenza di cannabidiolo (Cbd), il principio contenuto nella cannabis che assicura proprio gli effetti sedativi (il valore può raggiungere anche il 4 per cento).

Va tenuto presente che la cannabis cosiddetta "depotenziata" ha un uso molto articolato che include fitodepurazione, alimenti, cosmetici, persino carburanti, ma anche florovivaismo o attività didattiche e dimostrative.

Secondo una radicata letteratura scientifica, sono davvero infinite le proprietà salutari della canapa: i prodotti derivati da tale pianta hanno un potente effetto antinfiammatorio e antiossidante, contribuiscono a rinforzare il sistema immunitario e a combattere i disturbi del sonno e la depressione. La presenza di omega 6 e omega 3 rendono idonei i semi di canapa per prevenire o curare artrite, artrosi, asma, colesterolo, diabete, eczema atopico, lupus, psoriasi, trigliceridi e varie malattie autoimmuni.

"La canapa, sotto le sue diverse forme (farina, olio, semi) è un ottimo complemento alimentare da considerarsi quasi al pari di un integratore naturale – spiegano gli esperti. "Uno degli aspetti più interessanti della farina di canapa è la presenza di tutti gli 8 amminoacidi essenziali".

La novità sta facendo esplodere il numero di punti vendita specializzati in questo genere di prodotti, il cui uso, però, va fatto in modo responsabile. Insomma, Amsterdam non è più così lontana. Negozi che stanno spuntando come funghi vendono quindi "marijuana legale", altrimenti detta "canapa leggera", perfettamente rispondente alle prescrizioni di legge: una vera e propria moda che sta esplodendo in tutta Italia a base di "erba" permessa dalla normativa vigente.

Il modello, più che svizzero, olandese o europeo in genere, è quello statunitense: da diversi anni esistono vere e proprie "Cannabis City" dove sono disponibili varietà di marijuana legalizzata, acquistabili da utenti di età pari o superiore a 21 anni, senza bisogno di tessera sanitaria.

Abbiamo incontrato due trentenni che hanno aperto a metà febbraio a Roma "City Weed Appio Tuscolano", in via Santa Maria Ausiliatrice 72. Un punto vendita di infiorescenze e prodotti a base di canapa legale. Ci raccontano: "L'idea di aprire un 'canapa shop' ci è venuta perché volevamo dare un'impronta diversa all'approccio attuale che c'è nel mercato delle infiorescenze e simili. Siamo un 'canapa shop' a tutti gli effetti e ci interessiamo a ciò che riguarda la canapa a 360 gradi. Non solo le infiorescenze, ma anche la parte alimentare, quindi quella nutritiva della pianta, oltre alla cosmetica alle birre e presto, speriamo, anche tessuti. Ovviamente al momento il core business sono le infiorescenze e ne abbiamo per tutti i gusti dai classici come White widow, Grape skunk, Ak47 a chicche ricercate come la Kiss, la Citro haze, o Rg1. Cerchiamo di far girare sempre tante varietà diverse e ricercate per sorprendere ed accontentare anche i clienti più esigenti".

Tra i tanti prodotti, segnaliamo, appunto, l'Ak47, creato nel 1992 da Serious Seeds, vincitore di numerosi premi in tutto il mondo in quanto è un efficace ibrido a predominanza sativa che mescola varietà colombiane, messicane, thailandesi e afgane. E il White widow, creata dalla GreenHouse a metà degli anni Novanta, quando il settore era dominata da Skunk, Northern Light e differenti tipi di Haze. È una mix di canape brasiliane e indiane con un aroma pungente con alcuni sentori di resina di pino e note di spezie.

(G.C.)

Cultura d'impresa: facciamo il punto

Gli economisti ne parlano come strumento fondamentale per la crescita e la competitività

di DANIELA TORRESETTI

La cultura d'impresa fa riferimento agli obiettivi e ai valori che determinano il modo in cui i dipendenti e il management di un'azienda comunicano e si approcciano sia tra di loro che all'esterno. Spesso, la cultura d'impresa è implicita, non espressamente definita, e si sviluppa nel tempo sotto la guida dell'imprenditore a partire dalla motivazione e dalla partecipazione emotiva del personale.

In pratica essa si riflette nel codice di abbigliamento, nell'orario di lavoro, nella organizzazione degli uffici, nei benefici per i dipendenti, nel turnover, nei criteri di assunzione, nel servizio offerto e nel grado di soddisfazione del cliente.

Ogni cultura d'impresa è unica, poiché creata con il contributo di una miriade di fattori.

Quali?

1. Visione: una dichiarazione di missione è un elemento semplice ma fondamentale della cultura. Essa orienta ogni decisione presa dai dipendenti. Le organizzazioni del Terzo settore spesso eccellono nell'aver convincenti e semplici dichiarazioni di visione. L'Airc-Associazione italiana per la ricerca contro il cancro, ad esempio, è dedicata a "un futuro senza cancro".

2. Valori: mentre una visione sintetizza lo scopo di un'impresa, i valori offrono una serie di strumenti per raggiungere tale visione. Alcune aziende agricole biologiche, ad esempio, puntano su sostenibilità ambientale e valorizzazione delle tradizioni locali.

3. Pratiche: naturalmente i valori devono essere messi in pratica dall'impresa stessa. Un'organizzazione che investe nella crescita e nell'economia locale ha una politica di acquisto a chilometro zero.

4. Persone: il personale umano in azienda costituisce la struttura portante della cultura d'impresa. Una realtà commerciale seleziona personale empatico con la clientela e attento all'immagine professionale sul lavoro.

5. Storia: ogni impresa ha una storia unica che va 'narrata' all'esterno. Non a caso molte pubblicità raccontano come è nata l'azienda o le sue radici storiche.

6. Luogo: l'architettura e la disposizione degli spazi riflette la cultura d'impresa stessa. Gli open space richiama uno spazio relazionale tra impiegati collaborativo e senza barriere.

Sull'educazione all'imprenditorialità l'Italia è tra gli ultimi posti in Europa sia sul fronte della didattica per gli studenti che su quello della formazione per gli insegnanti



(Rapporto Eurydice 2016). La mancanza di una strategia nazionale alimenta l'incapacità della politica di favorire le riforme, contrastare l'illegalità diffusa nell'attività economica, vincere la paura del cambiamento, superare l'immobilismo e recuperare sull'insufficienza delle infrastrutture.

Capire cosa si intende per cultura d'impresa è il primo passo per cambiare l'approccio imprenditoriale in azienda e far comprendere al lavoratore l'importanza del suo contributo per sopravvivere alla dinamicità del sistema "globale".

Questo significa fare training periodici con esperti esterni e richiedere obiettivi semplici ai singoli collaboratori sui quali si punta. Dall'altra parte i dipendenti devono essere messi nelle condizioni di lavorare "ben corazzati" con adeguati corsi di lingua, partecipazione a seminari e fiere di settore. La vera amalgama tra aspettative e risultati ottenuti dall'azienda, però, sono le riunioni interne opportunamente verbalizzate in maniera chiara e sintetica. Perché? Sapere dove è l'azienda e dove vuole andare in ogni momento è la sintesi chiara e alla portata di tutti della cultura d'impresa.

Corso di alta formazione per responsabili Caf e Patronato

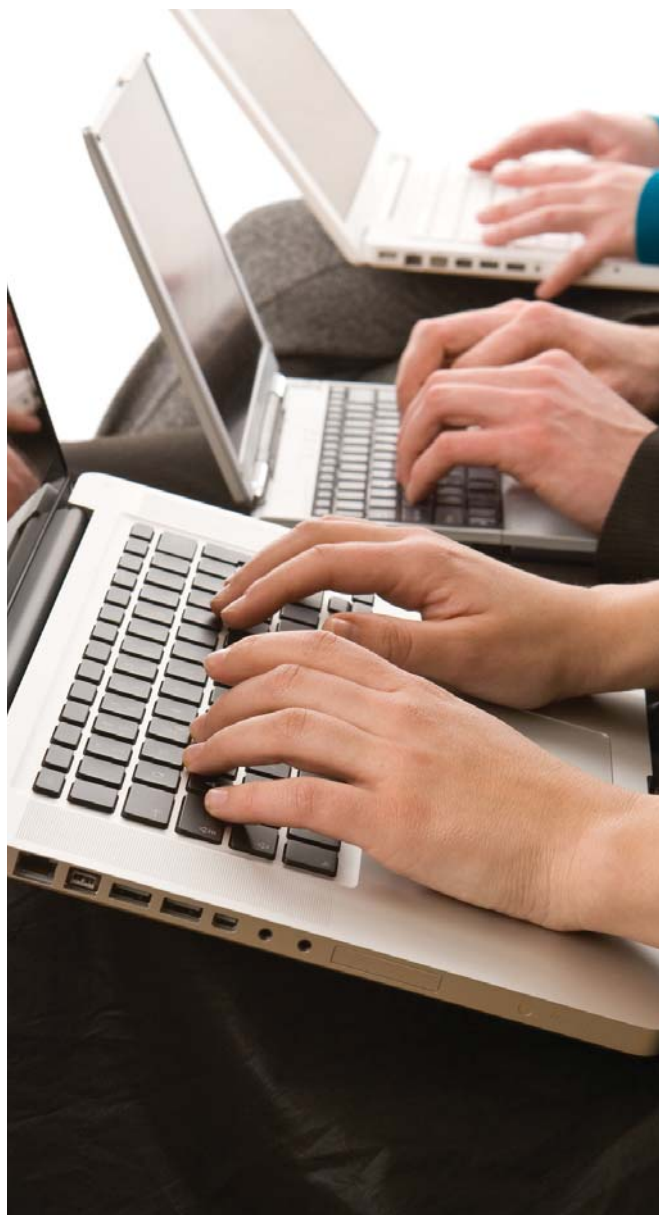
Un'iniziativa di grande successo in Lombardia

di SALVATORE TRICARICO - *Responsabile Unsic ed Enuip Lombardia*

Quale dirigente Unsic ritengo che la conoscenza derivi da una buona formazione. Per questo promuovo corsi periodici, per i collaboratori delle sedi Unsic della Lombardia, che trattano temi fiscali, tributari e previdenziali. Ritengo che i nostri collaboratori debbano essere dei professionisti e non semplici operatori. Questo fa la differenza tra chi si improvvisa e chi svolge la propria attività con serietà e la sviluppa e la fa crescere. Per questo, su proposta e progetto dell'Enuip nazionale, è stato organizzato un corso di alta formazione per la figura professionale di Responsabile di Caf e Patronato, presso la sede dell'Unsic regionale Lombardia a Milano. Il corso – già iniziato nel mese di marzo per terminare a maggio – ha avuto una durata di 300 ore e, considerati gli obiettivi perseguiti in termini di competenze e conoscenze da acquisire, si è fatta la scelta di prevedere un numero limitato di corsisti, massimo 12, proprio per poterli seguire attentamente. Questo primo corso ha rappresentato un'iniziativa pilota che sicuramente sarà riproposta anche i prossimi anni, non solo a Milano ma anche in altre sedi Unsic.

Il corso ha previsto lezioni teoriche affiancate da quelle pratiche negli uffici dell'Unsic in Lombardia. I docenti sono professionisti, avvocati, commercialisti, dirigenti del Patronato e revisori dei conti. Non si sono trattati soltanto argomenti tecnici ma anche di marketing, gestione del team di lavoro, gestione della redditività dell'ufficio, rapporti con gli enti tributari e previdenziali (Agenzia delle entrate, Inps, Inail ed altri). Chi ha seguito il corso, per almeno l'80% delle ore previste, ha ricevuto un attestato di partecipazione che lo ha identificato come un vero e proprio professionista, consentendogli – non solo di operare in un Centro Caf e/o Patronato, ma anche di aprirne uno proprio.

Non ci sono altri corsi come quello che si è svolto a Milano, che coinvolgono direttamente il mondo dei Caf e dei Patronati di un'associazione che sta diventando sempre di più una delle realtà del settore più importanti e qualificate a livello nazionale. Invito i lettori di Infoimpresa a seguirci sulle nostre pagine social per vedere gli sviluppi e per conoscere tutte le nostre altre iniziative.



Opportunità per Caf e Patronato: servizio di amministrazione condominiale

Un progetto per incrementare il pacchetto dei servizi offerti

di ELISA SFASCIOTTI

L'Unsic ha avviato un nuovo progetto finalizzato ad incrementare il pacchetto di servizi offerti dalle proprie sedi di Caf e Patronato. Il progetto consiste, appunto, nell'attivazione di un servizio di amministrazione condominiale, al fine di far diventare le sedi dei veri e propri centri servizi ad ampio raggio per i cittadini e le imprese.

Per aderire al progetto, le sedi possono decidere di individuare una risorsa interna e formarla con l'Enuip, secondo le disposizioni ministeriali, oppure coinvolgendo un amministratore di condominio già abilitato.

A riguardo, l'Enuip ha attivato i corsi per il conseguimento dell'idoneità o di aggiornamento, come previsto dal ministero.

Inoltre ha istituito un Albo interno consultabile dalle sedi con gli amministratori già formati, con i riferimenti per poterli contattare.

Sul sito dedicato a progetto, è possibile consultare l'albo, trovare informazioni sui prossimi corsi di aprile e tenersi aggiornati sulle novità in materia condominiale.

<http://enuipcondominio.altervista.org/albo-amministratori/>

Di seguito i dettagli relativamente ai corsi sia d'idoneità sia di aggiornamento.

CORSO D'IDONEITA' ALLA PROFESSIONE DI AMMINISTRATORI DI CONDOMINIO

Ha preso il via – a Roma – il nuovo corso per il conseguimento dell'idoneità alla professione dell'amministratore di condominio.

Il corso d'idoneità ha una durata di 72 ore, come da Regolamento ministeriale, ed è in modalità blended, ovvero in parte online, dove approfondire la parte teorica, e in parte in aula per sperimentare con prove pratiche le nozioni acquisite in eLearning.

Il prossimo corso sarà organizzato, per la parte d'aula, con tre giornate di formazione full immersion.

MODULO

Presentazione

La proprietà condominiale e la proprietà esclusiva

L'assemblea condominiale

Il ruolo dell'Amministratore Responsabilità

Contenzioso

Regolamento condominiale

Tabelle Registri

Aspetti amministrativi fiscali e contabili

Contrattualistica

Condominio ed ambiente

Sicurezza Edifici

Prevenzione incendi

Urbanistica (cenni)

Privacy e condominio

La professione di amministratore di condominio: aspetti relazionali



La parte in eLearning prevede i seguenti strumenti:

- materiale didattico e di approfondimento sulle tematiche del corso per acquisire le conoscenze teoriche utili alla professione;
- bibliografia e normativa di riferimento;
- test a risposta multipla, per verificare di volta in volta il livello di apprendimento e di comprensione degli argomenti trattati;
- chat per chiedere chiarimenti e delucidazioni al docente;
- forum per interagire con il tutor, i docenti e gli altri partecipanti al corso.

I docenti sono:

Avv. Gennaro Maria Amoruso
Dr. Stefano Tabarrini
Dr. Fabio Tardanico
Ing. Marco Baglioni

Le date previste per la formazione in aula sono il 20 aprile, l'11 ed il 25 maggio 2018.

CORSI DI AGGIORNAMENTO PER AMMINISTRATORI DI CONDOMINIO

Il 19 e 20 aprile 2018 a Roma, vi sarà il corso – tenuto dal prof. Giuseppe Spoto ed il dr. Leonardo Fuina – della durata di 18 ore sulla mediazione in condominio, che varrà come aggiornamento sia per gli amministratori di condominio che per i mediatori civili e commerciali.

Gli amministratori di condominio saranno iscritti ad un albo interno all'Unsic a cui potranno accedere le sedi Caf Unsic e dell'Enasc Patronato che intendessero attivare un servizio di amministrazione condominiale direttamente in sede.

I mediatori, invece, potranno aderire all'Unsicconc, l'organismo di mediazione promosso dall'Unsic.

Di seguito il programma del corso:

- Le esperienze internazionali e nazionali dei metodi di "alternative dispute resolution"
- Le materie soggette a condizione di procedibilità ed i settori di potenziale sviluppo
- La partecipazione alla procedure di mediazione
- Elementi di diritto condominiale
- Principali materie oggetto di liti in condominio
- Natura giuridica del condominio
- Convocazione dell'assemblea ai fini della mediazione
- Strategie di conciliazione in gruppo
- Competenze e strategie comunicative dell'amministratore
- Formazione dell'amministratore
- Immissioni e tutela delle parti comuni
- La mediazione in condominio

Caf, domande per il reddito di cittadinanza, e per presunti aumenti degli assegni familiari

Gli equivoci nati dopo le promesse elettorali

di G.C.

È successo a Palermo, a Bari, a Napoli. E non solo. Presso almeno una decina di sedi Caf – sulle oltre duemila – del sindacato autonomo Unsic si sono verificati casi di richieste riguardanti il tema del reddito di cittadinanza. A Palermo, dove i numeri dei cittadini richiedenti informazioni sono stati più rilevanti, gli operatori sono stati costretti ad affiggere un cartello, scritto anche in lingua araba, spiegando l'inesistenza di una tale pratica. "Alcune persone si sono presentate addirittura con un finto modulo per tale richiesta e non sappiamo chi l'abbia messo in giro – spiega Totò Barone, responsabile del Caf.

"Occorre che si scioglia subito un gigantesco equivoco attorno al reddito di cittadinanza: è evidente che non potrà essere un 'reddito universale', ipotesi tanto affascinante quanto utopistica e accademica, che nessun paese al mondo pratica – spiega Domenico Mamone, presidente dell'Unsic, sindacato autonomo d'impresa. "In realtà, quello che serve e che si può fare è soltanto un reddito minimo 'condizionato', dove chi si trovi in dimostrato stato di bisogno si impegni a seguire corsi di formazione, a lavorare in forme di servizio civile, a accettare le proposte di lavoro offerte. Questo è quanto si fa in tutta Europa. In pratica, si può estendere e rafforzare il nuovo strumento del Reddito di inclusione, che già va in questa direzione: qui c'è uno spazio importante per i patronati, gli enti di formazione, le agenzie di collocamento pubbliche e private, e qui tutti possono fare la loro parte – conclude Mamone.

I problemi di informazioni fuorvianti e di richieste a volte paradossali in realtà sono continui presso i Caf. E le promesse politiche non sono esenti nell'alimentare il fenomeno. "Un caso abbastanza frequente in questi giorni è la richiesta di un bonus da 1.900 euro per single e vedovi – spiega ancora Mamone. "Tutto deriverebbe dalla promessa di un aumento dell'Anf, cioè dell'assegno per il nucleo familiare di 142 euro al mese. Qualcuno ha fatto i calcoli e si presentano ai Caf già con la richiesta annuale". Un altro caso che segnalano dai Caf dell'Unsic e



che ha interessato tutto il 2017 è quello dell'Ape volontaria. "Annunciata a fine 2016, in realtà non è ancora possibile presentare la domanda, ma solo, da un mese, richiedere il certificato del diritto. Eppure è da oltre un anno che fiumi di persone pretendono di presentare le domande presso le nostre sedi".

(Questo articolo è stato pubblicato su numerosi quotidiani italiani, da "La Repubblica" a "La Gazzetta del Mezzogiorno", da "Metro" a "La Sicilia". Inoltre la notizia è stata rilanciata da Tgcom 24 e da "Milano Finanza").



Aumento della Tari a Taranto: l'Unsic con commercianti e artigiani

La battaglia contro l'aumento delle tasse

di C.Z.

"Siamo pronti alla mobilitazione e non accetteremo più che anni di mancata partecipazione e coinvolgimento delle imprese economiche della città nei processi decisionali sul ciclo dei rifiuti, sulla gestione economica finanziaria generale e su quella delle municipalizzate in particolare, venga pagata come al solito dall'anello più debole: commercianti, artigiani e comunità". Così l'Unsic, insieme alle associazioni del Tavolo del Fare, di fronte alla notizia che preannuncia un aumento della Tari, la tassa relativa alla gestione dei rifiuti urbani per il comune di Taranto.

"L'ultimo incontro in Commissione Bilancio – spiegano i referenti territoriali delle associazioni di categoria – aveva evidenziato una tendenza diametralmente opposta e comunque una rinnovata attenzione nei confronti delle esigenze di un settore che già da anni paga dazio di fronte alle conseguenze del dissesto dell'ente civico e della crisi economica generale". Così commercianti e artigiani si dicono

pronti alla protesta. "Per via del dissesto paghiamo già da anni le tasse più alte d'Italia e lo facciamo senza ricevere neanche il minimo di attenzione in tema di servizi e decoro urbano – dicono ancora – e subendo passivamente anche una politica che sull'efficientamento e la gestione oculata della municipalizzata all'igiene urbana continua ad essere poco efficace".

La decisione della Direzione Tributi del Comune di Taranto sulla Tari 2018 è pertanto destinata ad essere respinta al mittente, anche se dall'amministrazione comunale sembra annunciarsi scarsi margini di manovra.

"Abbiamo bisogno di un segnale tangibile di attenzione verso una categoria che in questi anni ha continuato a tenere la città viva mentre si attraversava l'oscuro tempo dell'immobilismo e dello spreco – dicono ancora le associazioni – ora è il tempo che si torni a dare sostegno a chi continua ad investire, accendere le luci, dare lavoro e dignità ad ogni strada di questo territorio".

Unsic Friuli-Venezia Giulia insieme alla Nuova Sacilese calcio

Il sindacato a supporto della squadra sul Livenza

di L.R.T.



L'Unsic supporterà la squadra di calcio della città sul Livenza che milita in seconda categoria, un'iniziativa si inserisce nel progetto di lancio di una campagna informativa, anche attraverso i sodalizi più importanti del sacilese, per presentare i servizi di patronato e di Caf che Unsic ha portato nell'importante città della provincia di Pordenone. E' un segnale forte che il sindacato, con i suoi servizi per i cittadini e le aziende, ha lanciato per diventare

punto di riferimento per l'intera comunità. Il vice presidente della società, Claudio Malvani, ha ringraziato l'Unsic per l'iniziativa e ha ricordato come la squadra sta scalando le classifiche e ha un progetto per arrivare presto nelle categorie superiori. Una squadra giovane con un sindacato giovane: un sodalizio importante. All'iniziativa era presente anche il presidente regionale del sindacato Unsic, Luigi Rosa Teio.

Treviso, gas meno caro: si rinnova il progetto "Amici"

Un'alleanza per il sociale a favore dei consumatori

di ALBERTO PEZZELLA - (Treviso Today)

Un gesto concreto vale più di mille parole. Questa l'idea da cui è partita la campagna "Amici" di Ascotrade, impegno sociale che si rinnova per il nono anno consecutivo. L'iniziativa, che rappresenta ancora un caso unico in Italia, nasce dall'accordo tra il Gruppo trevigiano di fornitura energetica e le organizzazioni sindacali più rappresentative del Veneto al fine di garantire, alle famiglie in difficoltà economica, una bolletta del gas più leggera. L'accordo, riconfermato, vede coinvolti insieme ad Ascotrade e alle altre società di vendita del Gruppo Ascopiave operanti in Veneto (Etra Energia, Pasubio Servizi, Veritas Energia), anche i sindacati confederali delle province di Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia e Vicenza e i Caf, tra cui l'Unsic provinciale di Belluno. Un'alleanza per il sociale che si avvale del fondamentale apporto della rete regionale dei Centri di Assistenza Fiscale, ai quali i clienti del Gruppo Ascopiave potranno rivolgersi per certificare il proprio reddito Isee e presentare domanda per accedere alle agevolazioni. «"Amici" è un'iniziativa che non ha eguali nel mercato energetico italiano – spiega Stefano Busolin, presidente di Ascotrade – alleggerire il peso delle bollette, una voce considerevole nel bilancio familiare, è un gesto concreto per aiutare le persone in difficoltà. Un impegno che rinnoviamo ogni anno, per dimostrare con i fatti la nostra vicinanza a chi vive momenti di disagio economico, perché è vero che il nostro business è la vendita del gas e di energia elettrica ma è altrettanto vero che siamo un'azienda radicata nel territorio, con una responsabilità sociale nei confronti delle realtà in cui opera. Per questo dedichiamo ai nostri clienti un'attenzione particolare e individuale, ascoltiamo i loro problemi e vogliamo crescere insieme a loro. È questo l'aspetto fondamentale che ci distingue dalle altre aziende del settore: "diamo una mano ai nostri clienti", proprio come recita la nostra campagna solidale».

Per i clienti domestici con contratto gas attivo nel mercato libero, e con reddito Isee fino a 18.000 euro annui, sarà riconosciuto uno sconto di 15 eurocent/Smc. Ri-



Stefano Busolin con Pietro Roncoroni

spetto al consumo annuo di un cliente domestico tipo (consumo di 1.400 smc/anno), lo sconto in bolletta garantito dalle società di vendita del Gruppo Ascopiave sarà del 20 per cento, che si tradurrà in un risparmio di 210 euro l'anno.

Gli sconti verranno erogati fino al raggiungimento del tetto massimo di 1 milione e 200mila euro.

Da sottolineare, infine, che delle agevolazioni potrà usufruire anche chi già si avvale del Bonus Gas, lo sconto sulla bolletta introdotto dal Governo e reso operativo dall'Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico con la collaborazione dei Comuni, assicurando così un notevole risparmio alle famiglie in condizione di disagio economico.

SERVIZI UNSIC PER LE AZIENDE =====



Associazione Nazionale Sindacale Cooperative UNSIC
www.unsicoop.it



Fondo Interprofessionale Nazionale
per la Formazione Continua delle Imprese
www.fondolavoro.it



Centro Autorizzato di Assistenza Agricola
www.caaunsic.it



Centro Assistenza Fiscale alle Imprese
www.cafimpreseunsic.it



Associazione Nazionale Datori di Lavoro
dei Collaboratori Familiari
www.unsicolf.it



Centro Servizi per la Consulenza Aziendale
www.cescaunsic.it

SERVIZI UNSIC PER I CITTADINI =====



Ente di Patronato e Assistenza Sociale ai Cittadini
www.enasc.it



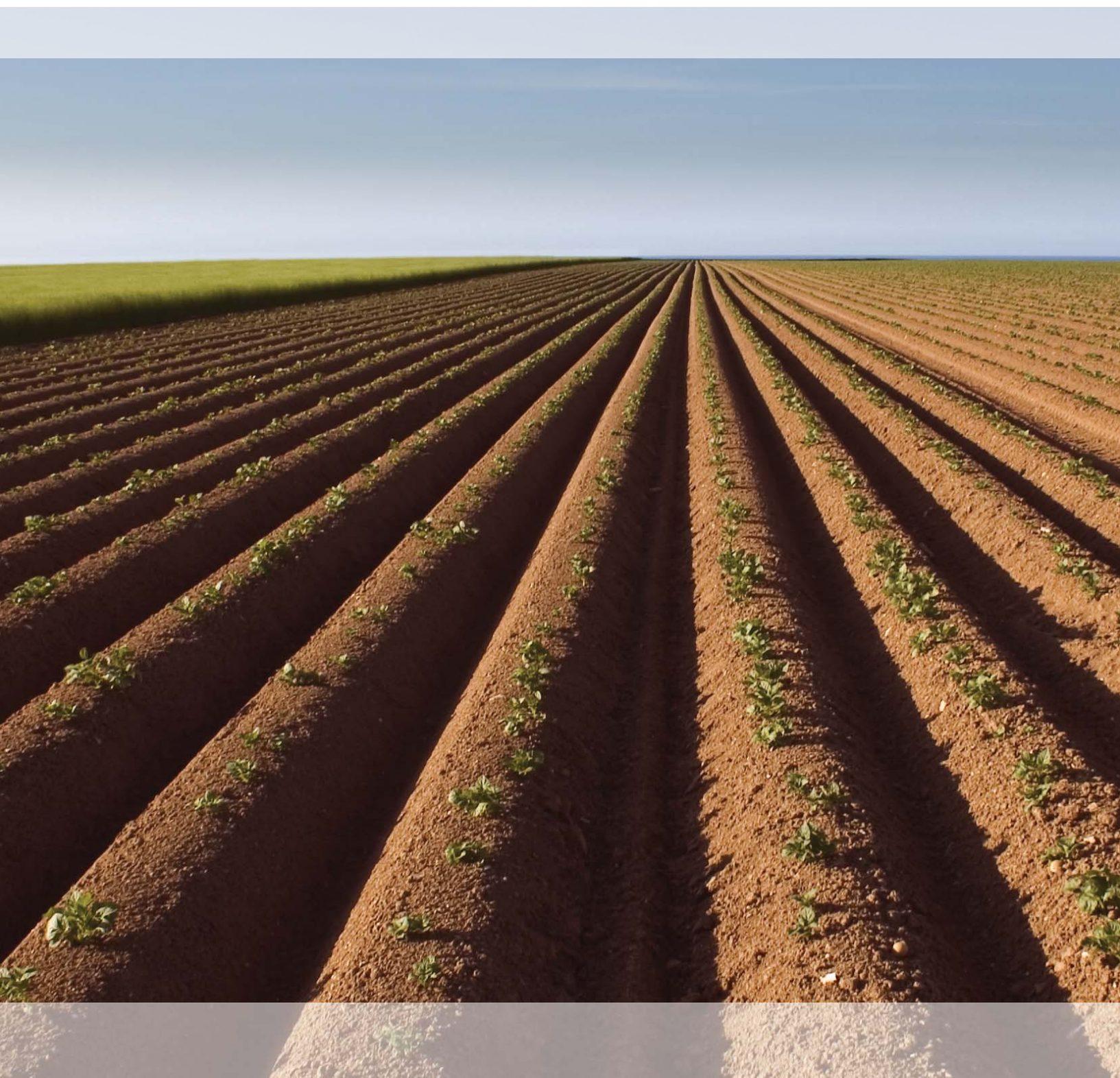
Centro Assistenza Fiscale UNSIC
www.cafunsic.it



Ente Nazionale UNSIC Istruzione Professionale
www.enuip.it



Organo Nazionale di Mediazione e Conciliazione UNSIC
www.unsiconc.it



UNSIc
Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori

Via Angelo Bargoni, 78 - 00153 Roma
Tel 06 58333803 - Fax 06 5817414
www.unsic.it - info@unsic.it