

Editoriale



ASSOCIAZIONISMO CONFINDUSTRIALE

ANTONIO PARAVIA

Direttore Costozero magazine a.paravia@costozero.it



*...parliamone tra noi
senza ipocrisie...*

Bocca della Verità.

Celebre mascherone, raffigurante una divinità fluviale, collocato nel portico della chiesa di Santa Maria in Cosmedin a Roma, sorta nel VI sec. su una cappella del III secolo d.C..

La leggenda dice che se un bugiardo vi inserisce la mano, la perderà.

Confindustria

GOVERNANCE E MEZZOGIORNO VOLARE ALTI PER ESSERE CONCRETI

A Capri la Generazione Sviluppo analizza i nodi critici che frenano la crescita del nostro Paese

A cura della Redazione Costozero

Analisi e proposte, in nome e in ragione dei valori del mercato, del merito e dell'etica della trasparenza. Questo è quanto promette di offrire il Movimento dei Giovani Imprenditori di Confindustria, in vista dell'attesa Convention caprese del 7 e 8 ottobre prossimi. Il tema scelto dagli under 40 per animare dibattiti e tavole rotonde è quest'anno la governance dell'Italia nel futuro. Perché è al domani che guardano i Giovani Imprenditori senza timore ma con fiducia, ottimismo e senso di responsabilità.



MATTEO COLANINNO

Presidente Giovani Imprenditori
Confindustria

Presidente, quale logica sta guidando reazioni dei Giovani Imprenditori di Confindustria?
Volare alti per essere concreti. Questo lo spirito con cui il Movimento dei Giovani Imprenditori offre al mondo

delle imprese e al Paese, analisi e proposte, in nome dei valori del mercato, del merito e dell'etica della trasparenza. A giugno, nel Convegno di Santa Margherita Ligure, abbiamo puntato l'attenzione sulle imprese familiari come risorsa per il futuro del nostro sistema produttivo, a patto però che adottino una "strategia dell'apertura" nei confronti di capitali e competenze provenienti dall'esterno. In una fase di grande difficoltà e di profonda sfiducia nelle potenzialità del sistema-Italia, ci siamo proposti come la "Generazione Sviluppo", che si assume la responsabilità di far crescere e di innovare le nostre imprese, per conquistare i mercati che stanno trainando lo sviluppo mondiale. Ma per non avere paura del futuro occorre anzitutto tentare di conoscerlo meglio, per cogliere in anticipo i segnali di cambiamento. Per questa ragione il XX Convegno Giovani Imprenditori di Capri ha per tema la Governance dell'Italia nel futuro.

Quali saranno i temi in rilievo nel corso della due giorni caprese?

Analizzeremo i nodi critici che frenano lo sviluppo del-

l'Italia, dal costo della Pubbliche Amministrazioni a quello dell'energia, dalla scarsa capacità di valorizzare il merito nel sistema della formazione alle incongruenze della riforma federale. Sullo sfondo, il "deficit di futuro" del nostro ceto dirigente. Per tentare di colmarlo, proporremo a tutti coloro i quali ricoprono ruoli decisionali, una nuova visione dell'etica - l'etica intergenerazionale - rispetto alla quale misurare strategie e azioni: non deve essere più consentito ad alcuno di "scaricare" sulle generazioni successive il costo delle mancate scelte dell'oggi. È quello che, purtroppo, è accaduto negli ultimi trent'anni e il Mezzogiorno rappresenta uno dei casi più clamorosi degli effetti nefasti di questo approccio. Solo adottando questo nuovo modello di etica, è possibile secondo i Giovani Imprenditori evitare la "trappola del consenso", che ha impedito finora il varo di riforme strutturali capaci di rilanciare l'Italia. È la trappola che nasce dalla perenne campagna elettorale, in cui è immerso il nostro Paese - un'elezione all'anno- che determina la prevalenza degli interessi tattici

di breve periodo sulle strategie di ampio respiro. Al tempo stesso, siamo fortemente convinti che il mondo delle imprese non possa limitarsi solo a chiedere alla politica, ma debba anche dare il "buon esempio" al Paese, mostrando di credere nel futuro dei nostri territori e nelle nostre potenzialità.

di Vito Salerno



CARMEN VERDEROSA

Presidente Giovani Imprenditori
Confindustria Campania

Presidente, una sua riflessione sul leit motiv del Convegno di Capri.

Il tema oggetto del prossimo convegno dei Giovani Imprenditori suggerisce qualche riflessione sullo scenario che caratterizza attualmente il nostro Paese. Stiamo assistendo al pericoloso cumularsi di una crisi di carattere economico (congiunturale e strutturale) e di una crisi di governance, la quale si esprime nell'assenza di una strategia di medio-lungo periodo da parte delle Istituzioni e provoca, comprensibilmente, l'i-

nefficienza degli strumenti di governo. Ma l'aspetto forse più preoccupante di questo difficile scenario è l'atteggiamento della cittadinanza, che manifesta un sempre maggiore disinteressamento nei confronti della politica e che sembra rinunciare a ogni forma di risposta razionale alla crisi in atto. La causa di questa sorta di apatia è da riscontrarsi nel macroscopico deficit di trasparenza della polis, ovvero nell'assenza di un sistema di regole volte a garantire un'effettiva assunzione di responsabilità da parte di quanti rivestono ruoli pubblici, attraverso il monitoraggio del loro operato.

Quale è, in particolare, il ruolo svolto dal Gruppo Giovani Imprenditori Campano?

Il ruolo dei Giovani Imprenditori è promuovere discussione su temi forti riguardanti l'impresa e la società, al fine di generare un consenso diffuso nell'opinione pubblica. In quest'ottica, già lo scorso anno - a Capri - abbiamo discusso sul tema della qualità della classe dirigente italiana e sulla necessità di una riforma culturale fondata sul principio di responsabilità, sulla trasparenza e sulla meritocrazia, consci che soltanto un quadro etico più rigoroso e moderno può restituire all'opinione pubblica la fiducia nel ceto di governo. Ma la riforma culturale non può prescindere da una riforma dei valori che investa tutti i segmenti che compongono le classi dirigenti: Imprenditori, Sindacati,

Partiti Politici, Governi Locali, Università, Sindacati, Management. È con questa consapevolezza che, in occasione di una giornata di solidarietà per la città di Napoli, promossa in un periodo di notevoli difficoltà dovute al susseguirsi di vicende criminali, lo scorso febbraio abbiamo presentato la *Carta delle Opportunità*, un documento in cui sono stati riassunti e puntualizzati i problemi già discussi a Capri e, soprattutto, sono stati poste all'attenzione delle Istituzioni alcune possibili soluzioni.

In particolare, la *Carta* identifica cinque livelli ai quali, in una società liberale, ciascuno dovrebbe poter accedere mediante opportunità adeguate al proprio profilo intellettuale e al proprio curriculum vitae: l'istruzione, le relazioni interpersonali, il lavoro, il credito, la carriera professionale. Alla base di tutte le iniziative realizzate fino ad oggi, vi è la considerazione che il gioco di squadra risulta essenziale per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Coesione, collaborazione, condivisione rappresentano, nel complesso, un importante terreno di verifica per il Movimento e per la sua funzione di proposta valoriale. Sul piano metodologico, tale approccio si è tradotto nella creazione di gruppi di lavoro ad hoc per ciascuna attività e, al fine di ampliare la partecipazione del maggior numero possibile di Giovani Imprenditori, nell'organizza-

Confindustria

zione di riunioni itineranti presso le Associazioni Territoriali. In questo modo, si è inteso rafforzare il Gruppo al proprio interno e anche nell'ambito del Movimento nazionale, mediante una partecipazione più attiva della Campania negli organi centrali e una sua più solida rappresentatività. In occasione del rinnovo delle cariche nazionali, il Gruppo Campano ha ottenuto importanti risultati: la mia nomina nell'ambito del Comitato di Presidenza nazionale GI come responsabile del *Comitato Energia e Ambiente*; due rappresentanti tra i 15 membri elettivi del Consiglio Centrale, che si aggiungono alla partecipazione di diritto della Presidente regionale; un componente nel Comitato di redazione di *Quale Impresa*. Infine, desidero sottolineare la particolare attenzione che i Giovani Imprenditori campani riservano ai temi relativi al *sociale*, impegnandosi nell'organizzazione di eventi a scopo benefico destinati alla raccolta di fondi per le diverse associazioni operanti in questo difficile e delicato settore.

di Raffaella Venerando



SALVATORE AMITRANO

Presidente Giovani Imprenditori
Unione Industriali Provincia di Avellino

Presidente, ci spieghi il valore del tema di Capri.

Il convegno di Capri si svolge a poche settimane di distanza dalla Finanziaria e dalle primarie del centro sinistra e in ormai piena campagna elettorale; per questo motivo la scelta è stata di non legare il convegno a tematiche di rispondenza immediata preferendo piuttosto immaginare e progettare lo sviluppo dell'Italia di qui a dieci anni. Corriamo certamente il rischio di essere fumosi e non concreti su temi che possono sembrare troppo lontani dalla contingenza ma la *mission* di noi Giovani Imprenditori, come abbiamo ribadito a Gubbio lo scorso novembre, è di volare alto mante-

nendo i piedi per terra. Abbiamo deciso di alzare l'asticella dei nostri obiettivi e di guardare avanti e in questo momento di difficoltà per il nostro Paese riteniamo che sia necessario un nuovo modello di governance. In questi ultimi venti anni è mancata una progettualità, non abbiamo visto un programma che abbia guidato la classe dirigente del nostro Paese, non c'è stato un obiettivo chiaro e condiviso da seguire. Il nostro Paese non è stato in grado di crescere con la stessa velocità con cui sono invece cresciute le altre nazioni europee, anche quelle che erano molto più dietro di noi. Diversi Stati hanno puntato sulle proprie eccellenze, sulle peculiarità e su linee strategiche condivise, portate avanti con dedizione producendo così nel tempo risultati eccellenti. Una nazione, la nostra, cui è impossibile oggi dare una svolta sociale, economica e culturale, se non attraverso le leve della sinergie della condivisione e della voglia di cambiamento.

Che metodo di lavoro avete utilizzato nella fase preparatoria del XX° Convegno dei Giovani Imprenditori?

In questo ultimo mese ci siamo riuniti per analizzare e discutere della situazione attuale e ci siamo confrontati per con-



Banca Popolare di Novara

**GRUPPO BANCO POPOLARE
DI VERONA E NOVARA**

FILIALI DI SAI FRNO; Via S. Leonardo, 170 Trav. Migliaro - Tel. 089 335 560
Via Lungomare Trieste, 70 - Tel. 089 230 854

dividere e proporre un modello di governance per il nostro paese, soprattutto dedicato alla nostra regione e al nostro sud. Siamo partiti dall'analisi delle criticità e delle difficoltà che l'Italia sta attraversando, in particolare abbiamo posto l'attenzione al Meridione, abbiamo individuato una crisi della classe dirigente e vogliamo proporre una linea guida che deve ispirarne i comportamenti. La classe dirigente, argomento centrale del convegno di Capri dello scorso anno, è ancora una volta il tema trainante della discussione. Siamo partiti con "l'alleanza delle classi dirigenti" e "la carta delle opportunità" e vogliamo continuare su questa strada in cui tutti dobbiamo sentirci attori consapevoli. Noi imprenditori, come abbiamo sempre fatto, non dobbiamo sentirci immuni e dobbiamo, per questo, partire da una attenta autocritica del nostro sistema. La concorrenza sleale, il mancato rispetto delle regole, la perdita di competitività, sono aspetti su cui bisogna riflettere. Molte imprese italiane non hanno saputo innovarsi nei processi e nei prodotti ma soprattutto nella gestione; non hanno retto così la sfida della globalizza-

zione. Lo sforzo comune è riuscire a porre le nostre imprese al centro dello sviluppo del Paese; bisognerà confrontarsi con i nostri governati e programmare la ripresa del nostro Paese. Favorendo finalmente soluzioni realistiche sul futuro del Paese, consegnando ai nostri figli un futuro certo e migliore.

di Patrizia Pennacchia



CARLO VARRICCHIO

Presidente Giovani Imprenditori
Confindustria Benevento

La Governance dell'Italia a dieci anni. Presidente, come bisogna ridisegnare un sistema capace di produrre sviluppo e benessere?

Il sistema economico italiano non vive un buon momento, si tratta della stagione più diffi-

cile dal dopoguerra a oggi. Il tema della Convention di Capri offre l'opportunità per una serie di spunti che la classe dei Giovani Imprenditori di Confindustria può, e deve, lanciare per coadiuvare le azioni per la ripresa del Paese. È importante respingere la retorica del declino e delle inutili contrapposizioni, ricercando, invece, la giusta rivincita e affrontando le emergenze che tutti conosciamo: infrastrutture, burocrazia, fiscalità, innovazione e scuola. Ma soprattutto dobbiamo essere i promotori della cultura d'impresa. Un'impresa guidata dai valori in cui crediamo, capace di trasformarsi e innovarsi per competere in un mercato sempre più esigente. Il futuro è il risultato di ciò che la classe dirigente di oggi saprà far emergere. Se qualcosa è mancato è il comune senso di responsabilità. Noi under 40 oggi, ma over fra 10 anni, dobbiamo garantire il massimo impegno nella conduzione della nostra attività, che più di ogni altra cosa rappresenta un bene sociale. Con questo spirito bisogna affrontare i momenti di difficoltà, senza mai perdere la passione e la voglia di fare impresa.

Quali sono le attività messe in

REPARTI: Medicina e Cardiologia; Chirurgia generale; Chirurgia vascolare; Ortopedia; Oculistica; Otorinolaringoiatria.

SERVIZI: Lab. Analisi; Med. Nucleare; Radiologia - TAC Spine; MOC; Mammografia; Ecografia Internistica; Ecocolo Doppler; Focolenti con prova di sforzo; Holter cardiaco e pressorio; Endoscopia Digestiva; Elettrocardiografia; Centro di Sterilizzazione; Ambulatori per tutte le specialità mediche e chirurgiche; Laser ad eccimeri per chirurgia refrattiva.

Via F. Confalonieri, 4 - Tel. 0828.394111 - Fax 0828.394217
e-mail: info@clinica-salus.it - 84091 Raitipaglia (BN)

Confindustria

campo dal Gruppo Giovani Imprenditori di Benevento?

Il nostro movimento è attivo su diversi fronti. Innanzitutto mi piace ricordare l'impegno nel campo della responsabilità sociale d'impresa che ci ha visti sottoscrittori di due protocolli d'intesa: con il Centro Sociale "È più bello insieme" e con il Consorzio di cooperative sociali "Germogli". Tuttavia, in questo ambito, l'iniziativa più importante è l'inserimento nel mondo lavorativo delle persone diversamente abili. Da anni, inoltre, siamo attivi sul tema dell'education con diverse iniziative che hanno visto un pieno coinvolgimento sia della Scuola Superiore che dell'Università, con approcci diversi, a seconda dei destinatari, ma con un unico grande obiettivo: guidare le nuove generazioni verso un percorso soddisfacente per loro e, al contempo, utile allo sviluppo del territorio. In quest'ottica, già nel 2001 è stato sottoscritto un protocollo d'intesa con il Provveditorato agli Studi di Benevento, finalizzato ad agevolare la conoscenza dell'impresa da parte degli studenti delle scuole superiori, attraverso sia stage aziendali, sia lezioni teoriche tenute direttamente da imprenditori testimoni della pro-

pria esperienza. Con l'Università, invece, il percorso di collaborazione, già attivo da tempo, è stato formalizzato nel settembre del 2004 con due importanti protocolli. Il primo siglato con il Rettore Cimitile ha come oggetto la promozione di tirocini di formazione e orientamento, tesi ad agevolare le scelte professionali degli studenti mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro. Il secondo, firmato con la Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università del Sannio, vuole dar vita a un percorso comune di crescita, che prenda in considerazione anche la ricerca, l'innovazione tecnologica, la redazione di pubblicazioni. Il nostro Gruppo ha già posto le premesse, nell'Accordo Quadro di Collaborazione con l'Università del Sannio, per lavorare in questa direzione. Obiettivo principale della futura Presidenza sarà riempire di contenuti tale accordo. I risultati raggiunti e le premesse per proseguire in questa direzione sono frutto di un ottimo lavoro di squadra che vede coinvolti tutti i componenti del Gruppo sempre pronti a fornire contributi in termini di idee e azioni.

di Francesca Zamparelli



GIANLUIGI TRAETTINO
Presidente Giovani Imprenditori
Unione Industriali Provincia di Caserta

In tema di governance, Presidente qual è la sua ricetta per affrontare la sfida degli anni futuri?

Se l'obiettivo è di disegnare un sistema-Italia capace di produrre sviluppo e benessere, vanno abbandonate sterili contrapposizioni e rifuggire i quotidiani esercizi tattici, ponendo mano a regole e contenuti.

Facile a dirsi. Polemiche e tatticismo sono esattamente il leit motiv di questi giorni. Come venirne a capo, allora?

Bisogna partire dalla base, dai principi. Non a caso per il Devoto-Oli con il termine governance si intende l'insieme dei principi che presiedono al



VIPA - INTERCAR

Service Point
199-442211

TOYOTA
CARRELLI ELEVATORI

NOCERA SUPERIORE (SA) - FISCIANO (SA) - MARCIANISE (CE) - BATTIPAGLIA (SA)

funzionamento di un sistema. Le fondamenta di una società sana – in questo senso, giusto e quanto mai appropriato il richiamo del Ministro Pisanu nel corso della recente assemblea dell'Unione degli Industriali di Napoli – devono essere il nerbo morale e la coscienza civica. È su questo terreno che devono innestarsi le regole. Queste ultime, poi, sono ormai tanto più ineludibili quanto più il sistema economico si accorge di essere orfano di quei fattori esogeni che finora ne hanno costituito la fase propulsiva.

C'è da lavorare molto, allora, non crede?

Non c'è dubbio, il problema delle regole presenta due profili: uno sociale, l'altro politico. Bisogna lavorare su entrambi i versanti. Prenda, per esempio, i casi Cirio e Parmalat: dall'uno e dall'altro caso è emerso un sistema di regole opaco, contrassegnato peraltro da una perniciosa e inaccettabile commistione di ruoli tra controllori e controllati. È evidente che così non va, che bisogna cambiare.

Tra i principi della governance la stabilità del sistema assume un ruolo non secondario. Che cosa ne pensa del dibattito in corso sulla legge elettorale?

Quello del sistema elettorale attiene, appunto, al profilo politico della questione. Non vi è dubbio che nell'ultimo decennio, con l'introduzione del sistema elettorale maggioritario e l'elezione diretta dei sindaci e dei presidenti delle province, il sistema è stato ga-

rantito da stabilità e governabilità. Condizioni essenziali, queste ultime, per poter immaginare di imbastire un minimo di programma e, soprattutto, sperare di poterlo portare a termine. Del resto, neanche è ipotizzabile pensare di poter cambiare regole ogni giorno.

Ma da sole bastano le regole per garantire l'efficienza del sistema?

Assolutamente no, se non si fissa anche il metodo, le procedure. Le quali con le prime fanno, evidentemente, tutt'uno. Si pensi, per esempio, al problema della burocrazia. Nella nostra regione, pure in presenza di un sistema di incentivazioni che la rendono appetibile, la capacità di attrarre investimenti dall'estero è molto bassa. Questo si spiega in un solo modo: le pastoie burocratiche scoraggiano le migliori intenzioni. Ecco perché, come dicevo, il metodo è tutt'altro che secondario nel ragionamento sulla governance.

Calato sul terreno dell'imprenditoria qual è il suo punto di riferimento, se ne ha uno, in materia di governance?

Carlos Ghosn, A.D. di Renault, manager con alle spalle una lunga storia di successi imprenditoriali. Per Ghosn il manager deve tenere sempre presenti tre momenti: la definizione degli obiettivi; l'informazione lungo il percorso delle attività svolte; infine, la responsabilità rispetto agli obiettivi fissati, e dunque rispetto ai risultati. Ne consegue, perciò, che gli obiettivi debbano essere misurabili.

E questa, applicata in ogni campo, è la regola aurea della governance.

di Antonio Arricale



ANTIMO CAPUTO

Presidente Giovani Imprenditori
Unione Industriali Provincia di Napoli

Governance e Mezzogiorno. Esistono peculiarità locali per un problema avvertito diffusamente nell'intero Paese, tanto da essere al centro del Convegno dei Giovani Imprenditori?

Certo. Se il sistema delle regole non funziona, se vanno ridefinite le procedure decisionali, se l'anacronismo a monte del processo regolatore di interi settori della vita istituzionale, economica e sociale ne impedisce il necessario rinnovamento, a soffrirne di più sono proprio le aree in ritardo di sviluppo.

È dunque la maggiore complessità delle situazioni preesistenti a dare una caratterizzazione in chiave meridionale della questione?

Direi che c'è di più. Malgrado la macchinosità che a volte sovrintende l'iter decisionale, rallentandone il decorso, altrove

Confindustria

sono risolti problemi da noi apparentemente irrisolvibili. Si pensi solo alla questione dei rifiuti. Interessi occulti, assieme alla scarsa considerazione complessiva verso le istituzioni che distingue parte delle popolazioni meridionali, finiscono col rendere spuntate "armi" che in altre aree sono sufficienti. Voglio dire che una più spinta diffusione dei principi della sussidiarietà verticale e orizzontale a Napoli, in Campania e nell'intero Sud, potrebbe accelerarne lo sviluppo. Coinvolgere maggiormente i destinatari di provvedimenti che abbiano un vivibile impatto sul territorio è tanto più opportuno quanto più si avverte uno scollamento tra potere, inteso come Palazzo, e cittadini.

Governance come questione culturale?

Sicuramente. Non dimentichiamo che al Nord la cultura d'impresa spesso permea anche l'azione politico-amministrativa. Dalle nostre parti, ahimé, per troppo tempo la politica ha fatto aggio sull'economia. Riformare le regole, gli assetti istituzionali, bilanciare diversamente ruoli e poteri dei soggetti preposti al momento decisionale, se fatto con criterio, può sottendere una nuova stagione di rilancio del Mezzogiorno.

Lei si trova a guidare i Giovani Imprenditori napoletani in una fase delicata per il futuro della città. Come intende assolvere al suo incarico?

Innanzitutto, promuovendo la più ampia partecipazione degli iscritti al Gruppo e procedendo per il possibile in rac-

cordo con altri gruppi espressione della nuova classe dirigente. Il terreno su cui sviluppare sinergie è quello delle idee e dei valori.

A volte, tuttavia, un progetto avviato con le migliori intenzioni s'impantana per la difficoltà della gestione...

Ed è proprio per questo che ho voluto assicurare spazio adeguato alle competenze. Lavoreremo sulla base di quattro macroaree, che si occuperanno di territorialità, innovazione, imprenditorialità e cultura internazionale. Chi vi opererà, ovviamente, dovrà avere background e know how adeguati.

Come procederete? Con convegni, seminari, approfondimenti?

Non solo. Intendiamo sviluppare la nostra azione sul territorio. Una delle iniziative in tale direzione saranno delle visite aziendali effettuate a scopo ricognitivo e conoscitivo. Chi intende occuparsi di problemi dell'impresa, non può limitarsi a conoscere la propria specificità aziendale. Allargare il campo delle conoscenze, approfondire le problematiche produttive è tra l'altro il mezzo migliore per sviluppare la propria individualità, superando nel contempo quel deterioro individualismo che tanti danni ha prodotto alla causa di Napoli e del Sud. Per questa via possono passare anche svolte epocali. Un esempio? La conduzione manageriale di un'azienda sconta ancora da noi le resistenze di chi sacrifica la prospettiva di crescita alla difesa di poteri e prerogative

della proprietà. Intendiamo contribuire a diffondere modelli culturalmente più avanzati e adeguati alle esigenze della moderna competizione.

di Monica De Carluccio



MAURO MACCAURO

Presidente Giovani Imprenditori
Assindustria Salerno

L'impresa di oggi faccia a faccia con quella di ieri. Chi vince il confronto?

Il tema della governance futura e in fieri avvince i giovani che si sentono protagonisti, oggi per prepararla e domani per viverla. Necessariamente nasce il confronto con la generazione dei padri. Il giudizio in merito è severo, anche se unilaterale. La vecchia generazione, a sua volta, ricorda il proprio punto di partenza ed esalta il risultato conseguito di una maggiore ricchezza diffusa. Da parte dei giovani non si disconosce questo esito, ma si lamenta una diffusa precarietà e la perdita di un ponderato sentimento etico. È opportuno, tuttavia, evitare ogni oziosa polemica e prendere in esame la situazione attuale per correggere gli errori o gli esiti non previsti dell'azione di



governance. Prima osservazione: il Paese manca di certezze. Ogni decisione politica viene contestata da una delle parti che formano la maggioranza di governo, per non parlare di chi occupa il ruolo dell'opposizione. Subentra una fase di paralisi, di sconcerto, di insicurezza. E questo non solo in campo politico; si pensi alla (mancata) certezza delle pene: fra condoni, permessi premi, arresti domiciliari, amnistie, etc., la popolazione ha la sensazione che la pena comminata, anche per un delitto grave, è solo teorica. Non parliamo, poi, delle decisioni puramente politiche che vengono contestate o interpretate diversamente dagli stessi Ministri che le hanno approvate in sede di Consiglio. Un discorso a parte merita l'esigenza di un rinnovo radicale della classe politica e dei costi della sua rappresentanza, dai quartieri ai deputati europei: sono i più alti

in tutt'Europa, con la permanenza dei benefici anche dopo la scadenza del mandato. Il concetto di servizio pubblico è quasi scomparso dall'attività politica; è rimasto solo per il servizio dei tram nelle città. Lungi dall'essere un facile discorso qualunquistico, le mie parole vogliono solo sottolineare la necessità di fare pulizia, ordine, metterci in sintonia con il resto dell'Europa. Se buona parte dell'economia oggi è governata da leggi europee, perché non adeguarci anche nella struttura e nei costi? Qui si tratta di economia, non di politica. Infine, va sottolineata l'esigenza di un'etica nella vita sociale, politica, economica del Paese: una solidarietà di fondo, un'attenzione vigile sui problemi dell'immigrazione e dei giovani, il rispetto di regole chiare e ferme.

Dieci anni basteranno per ridisegnare la fisionomia del Paese?

Il progresso globale di un Paese è un'aspirazione legittima e giusta. L'Italia, purtroppo, è il Paese delle rendite di posizione, della consorterie. Ogni innovazione si infrange contro interessi "illegittimi" precostituiti con una forza di resistenza ostinata, salda, violenta. Si riuscirà in dieci anni a liberare il Paese da tante scorie? Questa è la vera sfida per i Giovani Imprenditori. Tutti gli altri provvedimenti in materia economica, sindacale, commerciale, finanziaria, si discuteranno volta per volta secondo le necessità, ma occorre aver il campo libero da lacci e laccioli che oggi imprigionano anche il più volenteroso dei politici e/o degli imprenditori. Se noi giovani saremo saldi nel perseguimento dei fini che ho innanzi illustrato, credo, e spero, che potremo farcela.

di Gaia Sigismondi



CONFIDI SALERNO
Consorzio per la Garanzia Collettiva
dei Fidi della Provincia di Salerno

Via Mendicanti di I ulfina, 194 - 84129 Salerno
tel. +39 089 200613 - 200813 fax +39 089 7728823
www.confidi.sa.it confidi@assindustria.sa.it
U.I.C. n. 30064 (app. n° 40 art. 1.55 comma 4 del T.U.)

Scopi e attività

- Accompagnamento al credito per le Imprese Socie
- Tassi e condizioni agevolate
- No commissione massimo scoperto
- Contributi Camera di Commercio in conto abbattimento interessi per le Aziende garantite
- Sostegno per l'accesso al Fondo di Garanzia del Mediocredito Centrale
- Convenzioni con linee di credito ordinario e a medio termine con Garanzie Consortili dal 20% all'80%

BANCA CARIME
GRUPPO EPUD-CARICI

Banca della Campania
BANCHE POPOLARI ITALIANE

BANCA DI ROMA

Banca Intesa

CRISOL

**MONTE DEI PASCHI
DI SIENA**
BANCHE POPOLARI ITALIANE

**SANBIROLO
BANCO DI NAPOLI**

UniCredit Banca

Confindustria

FIAMP: LA VOCE DELL'ACCESSORIO MODA & PERSONA STRATEGIE COMUNI PER UN SUCCESSO CONDIVISO

Un'unica Federazione per dare più forza a quattro settori della nostra tradizione manifatturiera

di Raffaella Venerando & Monica De Carluccio

La FIAMP - Federazione Italiana dell'Accessorio Moda e Persona - è una tra le più giovani Federazioni di Settore di Confindustria. Si è costituita ufficialmente a Milano il 20 dicembre 2004 ed è l'unione fra le Associazioni Nazionali delle aziende produttrici della filiera dell'Accessorio Moda e Persona: Aimpes (manifattura pelli-cuoio e succedanei), Anci (calzaturieri), Anfao (occhialeria) e Federorafì (oreficeria-gioielleria). Il 27 gennaio 2005 è stata riconosciuta come Federazione Nazionale di settore dalla Giunta di Confindustria. Presidente per il biennio 2005-2006 è stato nominato Alessandro Biffi (past President Federorafì). Vice Presidente: Giorgio Cannara (Aimpes). Completano il Consiglio Generale: Cirillo Coffen Marcolin (Anfao) e Rossano Soldini (Anci).

Presidente Biffi, perché è nata la FIAMP?

Il perché di questa aggregazione si può sintetizzare riprendendo un famoso messaggio che abbiamo utilizzato il giorno della presentazione alla stampa della Federazione dell'Accessorio Moda & Persona: «Se John, Paul, George e Ringo non si fossero uniti, sarebbero rimasti John, Paul, George e Ringo». Infatti, i quattro settori rappresentati dalla



ALESSANDRO BIFFI
Presidente FIAMP

FIAMP, calzature, gioielli, pelletteria e occhialeria, così come le loro associazioni di riferimento, sono sicuramente leader nei propri ambiti di competenza ma, nonostante ciò, si sono resi conto che unendosi avrebbero sicuramente raggiunto un livello maggiore di attenzione, di considerazione e, oltretutto, avrebbero messo le basi per concretizzare azioni comuni e sinergie, ad esempio, attraverso iniziative promozionali e commerciali rivolte alle aziende dei quattro settori che stanno vivendo momenti di grande complessità e difficoltà.

La FIAMP cosa rappresenta?

I quattro settori della pelletteria, delle calzature, dell'occhialeria e dell'oreficeria-gioielleria, raggruppano oltre 25.000

aziende italiane, danno lavoro direttamente a più di 200.000 persone e fatturano all'anno la ragguardevole cifra di 18 mila milioni di euro, con una quota del 70% destinata all'export. (vedi Tabella 1)

Qual è la missione?

La nostra missione è di contribuire fattivamente in tutte le sedi affinché si riesca a rimettere le imprese manifatturiere e il prodotto italiano al centro dell'attenzione attraverso iniziative non isolate, ma concordate e condivise. Il tutto affrontando in modo nuovo e moderno i complessi problemi dei produttori della filiera del comparto "accessorio". Il modo nuovo è da intendersi nel fatto che, pur mantenendo ogni associazione aderente la propria sovranità e autonomia, su determinate azioni si lavora assieme per produrre un output rappresentativo degli interessi delle aziende dell'"accessorio moda & persona". Non solo, la struttura della Federazione è snella e lo Statuto prevede la Presidenza e la Segreteria operativa a rotazione ogni biennio. Vi è anche la possibilità che alla FIAMP aderiscano altre associazioni che condividano finalità e obiettivi.

Quali sono gli obiettivi e i programmi?

La FIAMP vuole "fare squadra" per dare maggiore slancio alle



Tabella 1 - Scheda di sintesi dei settori FIAMP

Dati aggregati dei quattro settori manifatturieri rappresentati:

- calzaturifici
- occhialeria
- oreficeria/gioielleria
- pelletteria

Dati aggregati**2003**

| | |
|--------------------------------|---------|
| Fatturato (in milioni di Euro) | 18.000 |
| Export (in milioni di Euro) | 13.200 |
| Quota Export su fatturato | 73% |
| Numero aziende di produzione | 25.400 |
| Numero addetti alla produzione | 200.000 |

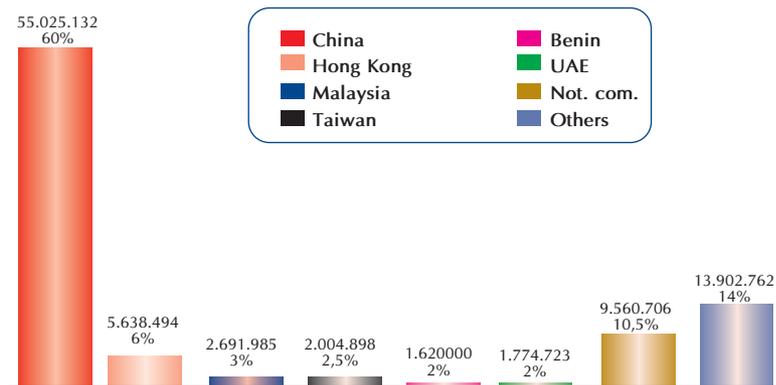
richieste di misure italiane ed europee a tutela delle nostre imprese e per sviluppare una comune e più efficace promozione del made in Italy nel mondo. Priorità, quindi, a mantenere e a promuovere la produzione italiana, a difendere l'occupazione, a sostenere la qualità e le scelte dei consumatori e a tutelare dalle contraffazioni il marchio made in Italy e i marchi aziendali. Con la FIAMP abbiamo uno strumento in più per sollecitare il controllo e il monitoraggio delle dogane italiane ed europee, per sostenere l'adozione di una adeguata sorveglianza sul mercato domestico e sui principali mercati di esportazione per contrastare i fenomeni della contraffazione e

delle false e fallaci indicazioni del made in Italy e dei marchi aziendali. I dati riguardanti il fenomeno della contraffazione

(vedi Tabella 2) sono eloquenti e dimostrano come sia necessario un intervento di contrasto a livello europeo, oltre che italiano. Le stime effettuate dalla Guardia di Finanza in base al volume di prodotti sequestrati, calcolano in circa 1,5 miliardi di euro annui il giro d'affari della contraffazione. Miliardi che diventano dai 4 ai 6, secondo invece, le stime delle nostre associazioni. I dati diffusi dalla Federconsumatori e dal Centro Studi Anticontraffazione dimostrano che gli scambi di merce contraffatta rappresentano dal 5 al 7% dell'intero commercio internazionale, causando una perdita

Tabella 2 - Contraffazione

Sequestri di prodotti contraffatti effettuati dalle dogane della UE: la Cina è in testa con oltre 55 milioni di prodotti sequestrati (2003)



BCP è qui. Vicina a voi.

Entrate in una delle nostre 54 filiali, **abbiamo molte cose da offrirvi.**

**BANCA
DI CREDITO
POPOLARE**
Vicini alle imprese, vicini alle famiglie

Confindustria

annua di 200.000 posti di lavoro stimati nei diversi settori produttivi coinvolti. Nell'ultimo decennio, inoltre, il fenomeno ha avuto una crescita del 1.600%! Bisogna ricordare, poi, che la contraffazione, spesso considerata una conseguenza necessaria del successo commerciale, porta con sé ripercussioni ben più gravi: il contraffattore, incurante degli effetti deleteri della propria attività, tanto sulle imprese quanto sui consumatori, diffonde sul mercato prodotti di scarso livello qualitativo, cosa che in alcuni settori (ad esempio l'occhialeria) si traduce in danni anche gravi alla salute degli utilizzatori. Non ci riferiamo solo alla contraffazione delle famose griffes della moda, ma altrettanto importante è la fallace indicazione d'origine "made in Italy" che reca enormi danni a quelle aziende che vogliono continuare con tenacia a produrre in Italia. Non bisogna poi dimenticare che il fenomeno visivo delle bancarelle abusive, è solo la manifestazione più evidente di una realtà costituita da interlocutori che rimangono dietro le quinte a sfruttare migliaia di poveretti buttati sulle strade, bambini che lavorano negli scantinati e che, a seguito di

eventuali sequestri ed espulsioni, troveranno altre centinaia di "distributori" pronti ad accettare il rischio. Un fenomeno di illegalità diffusa che è fonte di guadagni incalcolabili per la criminalità organizzata e fonte stessa di finanziamento per moltissime altre attività illecite. In questa ottica abbiamo recentemente presentato in Confindustria alcune proposte operative in materia di made in ... obbligatorio, tutela del made in Italy, controllo e sorveglianza del mercato domestico e contraffazione. Fortunatamente qualcosa si sta facendo. Le dogane si stanno attrezzando, dimostrando grande sensibilità sul problema. Apprezziamo anche la volontà mostrata dal Governo con alcuni dispositivi recentemente introdotti. In ambito internazionale, stiamo facendo pressione, in accordo con Confindustria e con il nostro Governo, presso la Commissione Europea per una efficace politica di tutela dei marchi e, in ambito WTO, per un'effettiva applicazione delle regole commerciali e del principio di reciprocità in tema di dazi e barriere non tariffarie negli scambi internazionali. Seguiamo con attenzione, attraverso Confindustria e il Ministero

delle Attività Produttive, la preparazione della Conferenza Ministeriale WTO di Hong Kong di dicembre. I negoziati sull'accesso ai mercati dei prodotti industriali e sulla cooperazione doganale sono importanti e chiediamo una riduzione sostanziale dei picchi tariffari più alti e delle barriere non tariffarie, quelle barriere "tecniche" in presenza delle quali, anche a dazio zero, è molto difficile entrare e operare in un mercato straniero. Anche questo fronte deve portare a un aumento della trasparenza commerciale internazionale e dell'efficienza delle dogane. Esattamente quello che serve alle nostre piccole e medie imprese per superare il peso della burocrazia senza piegarsi alla corruzione. Sul fronte promozionale e commerciale, nel ricordare che tre delle quattro Associazioni aderenti alla FIAMP già gestiscono manifestazioni fieristiche settoriali di successo (MICAM, MIDO e MIPEL), stiamo lavorando assieme perché la FIAMP possa anche diventare un "laboratorio" di nuove iniziative commerciali, meno istituzionali e più orientate al business.

Parlando di regole commerciali, la Cina è un'opportunità?

Anche nei confronti della Cina



12

JCOPLASTIC S.p.A.
 Viale Spagna, Zona Industriale
 84091 Battipaglia (SA)

0828 392111 pbx
 0828 392164 fax

mail@jcoplastic.it
 www.jcoplastic.com

bisogna fare chiarezza perché i rischi immediati del tumultuoso sviluppo cinese superano le opportunità future. L'export attuale dell'Italia verso la Cina è appena superiore a quello verso il Portogallo, Paese con soli 10 milioni di abitanti. Il nostro export verso la Cina non sta crescendo ai tassi che molti si attendevano. Le proiezioni della Fondazione Edison dicono che se anche l'export verso la Cina crescesse del 15% annuo, nel 2015 esso non sarà ancora in grado di raggiungere il valore delle nostre attuali (non future) esportazioni verso la Spagna. Occorre quindi essere consapevoli che la contraffazione e i vari dumping della Cina, ma anche di altri Paesi asiatici quali il Vietnam, la Thailandia, l'Indonesia e l'India, che danneggiano oggi le imprese italiane attive nei comparti tradizionali, non sono aspetti di una competizione sana, di fronte alla quale sarebbe poco logico resistere, bensì di una concorrenza drogata e sorretta da un apparato statale che, a differenza del nostro, è totalmente concentrato sull'obiettivo di conquistare, a tutti i costi, crescenti quote di mercato mondiale. Da queste considerazioni nascono le nostre stringenti richieste di reciprocità di trattamento daziario, di abbattimento delle barriere non tariffarie, di immediata adozione di misure di salvaguardia (quote contingentate, dazi compensativi) in caso di un incontrollato aumento delle importazioni europee di prodotti dell'accessorio moda & persona così come del tessile-abbigliamento.

Come vede il futuro dei prodotti dell'accessorio di fronte alle difficoltà e alle sfide attuali?

Respingo al mittente le tesi di un "declino" dell'industria manifatturiera italiana. Dati alla mano è stato dimostrato come i settori che si riconoscono nella FIAMP (accessorio moda & persona), nell'abbigliamento e nell'arredo-casa esprimono un valore aggiunto di oltre 42 mila milioni di euro, appena inferiore a quello dell'intera industria automobilistica tedesca, che è uno dei "pilastri" dell'industria mondiale. Né si possono considerare questi settori superati o maturi in quanto stanno reggendo e reagendo alla formidabile svalutazione competitiva della moneta del loro principale concorrente, la Cina (-35% sull'euro in tre anni). Allo stesso tempo, non si può pensare che le imprese italiane, in quanto medio piccole, possano resistere a lungo nella tenaglia della concorrenza asimmetrica e dei dumping valutari dei Paesi asiatici o che le soluzioni prospettate da alcuni, quali l'ag-

gregazione per raggiungere adeguati tagli dimensionali, la delocalizzazione della produzione, l'innovazione perpetua, ancorché importanti, siano facilmente percorribili. Solo un ristretto numero di imprese, di grandezza significativa, potrà indirizzarsi su questa strada. Occorre quindi incoraggiare le imprese a rimanere in Italia concentrandosi proprio sulle misure di rilancio del made in Italy prima ricordate, nonché rimuovendo i "vincoli di sistema" (burocrazia, trasporti, infrastrutture, energia) che le penalizzano rilanciando una serie di dispositivi (incentivi fiscali o eliminazione dell'Irap) per favorire l'utilizzo di personale impegnato nel design italiano, nella ricerca stilistica e nel rinnovo dei campionari e delle collezioni. In conclusione, l'ambizione della FIAMP è quella di riuscire a dimostrare, come nei migliori complessi, che l'unione di quattro bravi e capaci solisti sia possibile e, forse, indispensabile per garantire più voce e ancora maggiori successi all'industria italiana.

Organigramma 2005-2006

FIAMP - Federazione Italiana dell'Accessorio Moda e Persona
 Presidente: Alessandro Biffi (Federorafi)
 Vice Presidente: Giorgio Cannara (Aimpes)
 Consiglieri: Cirillo Coffen Marcolin (Anfao) e Rossano Soldini (Anci)
 Segretario Generale: Stefano de Pascale

Sede

Milano - 20149 - P.zza Michelangelo Buonarroti, 32
 Tel. (+ 39) 02 4815364 - Fax: (+39) 02 4815118
 sito: www.fiamp.it - e-mail: segreteria@fiamp.it

Associazioni Aderenti

AIMPES - Associazione Italiana Manifatturieri Pelli e Succedanei Italiani
 ANCI - Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani
 ANFAO - Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici
 FEDERORAFI - Federazione Nazionale Orafi Gioiellieri Fabbricanti

Lobbying



ESERCIZIO ABUSIVO DI UNA PROFESSIONE PROPOSTA UNA MODIFICA DEL CODICE PENALE

Inasprire le sanzioni per realizzare un livello più sostenuto di deterrenza

GAIA SIGISMONDI

Junior Consult - Nomos Centro Studi Parlamentari gaia.sigismondi@nomoscp.it

Lo scorso luglio, prima della pausa estiva del Parlamento, è stato presentato alla Camera, dall'onorevole Stefano Saglia (AN), un disegno di legge volto a introdurre alcune correzioni al nostro codice penale in materia di esercizio abusivo di una professione. L'esercizio di professioni che prevedono l'iscrizione in appositi albi o elenchi, infatti, è sempre più frequentemente sottoposto a raggiri di varia natura. Continuamente ci troviamo di fronte a soggetti che, senza le dovute conoscenze, si improvvisano professionisti intervenendo in campi loro preclusi per mancanza di titoli. Le pene fino a oggi previste nel codice penale non sembrano, dunque, in grado di dissuadere i disonesti a violare le leggi sapendo che, tra sanzioni miti, rito abbreviato, patteggiamento e vari artifici possono cavarsela con poco. Non da ultimo l'ampiezza del fenomeno si può ricondurre al fatto che il cittadino si trova inizialmente di fronte a richieste economiche più basse, e molto spesso credendo di risparmiare si affida a un soggetto senza sapere che colui che effettuerà la prestazione non è abilitato a farlo. Tenendo conto poi che l'abusivo, non potendo essere assicurato per la responsabilità civile, non può in alcun modo risarcire economicamente il cliente danneggiato, la truffa non è, quindi, rivolta solo ai professionisti in regola, che vedono usurpati il proprio titolo e la loro attività, ma vede coinvolti anche i cittadini e lo Stato: i primi truffati dall'abusivo, il secondo che vede evadere una cospicua quota di imposte. Tra tut-

te le branche delle professioni, la più colpita dal fenomeno dell'abusivismo risulta essere proprio quella sanitaria dove si trova di tutto, dagli odontotecnici che fanno i dentisti, agli ottici che fanno gli oculisti, dai massaggiatori che fanno gli ortopedici alle ostetriche che fanno i ginecologi, per finire con gli erboristi che fanno diagnosi, prescrivono e vendono palliativi come fossero medicine, per non parlare poi dei pranoterapeuti, dei guaritori e dei maghi. Gli atti di questi pseudo-medici spesso provocano danni irreversibili agli apparati e agli organi "curati", raffigurando quindi anche il reato di lesioni colpose. Nella maggior parte dei casi, inoltre, gli atti medici vengono effettuati in carenza di consenso all'effettuazione delle cure, o con un consenso giuridicamente nullo, dato che l'abusivo nasconde al paziente la sua carenza di qualificazione professionale. Le lesioni provocate diventano quindi da colpose a volontarie, con un forte aggravio del reato. Purtroppo in Italia la "professione di abusivo" è molto diffusa perché trova nella ingenuità popolare un terreno fertile per raggirare il cittadino. Le istituzioni, poi, si trovano impotenti di fronte a un fenomeno che, quando denunciato, viene sanzionato in modo lieve e, dato il persistere del fenomeno, del tutto insufficiente. Negli altri Stati europei, invece, fatti del genere non accadono così massicciamente visto che la legislazione più repressiva infligge pene molto severe che vengono applicate e fatte rispettare. L'osservanza delle leggi deve essere alla base di uno



 **BANCA CARIME**
GRUPPO **BPU** <> **banca**

Stato civile che, se le promulga, deve fornire i mezzi per la loro applicazione, e fare in modo che vengano attuate e non aggirate come purtroppo accade per l'abuso di professione. La proposta di legge in esame vuole intervenire su uno degli articoli del codice penale che più necessita di essere rivisitato e aggiornato, ovvero l'articolo 348 del codice (abusivo esercizio di una professione) volto alla tutela degli interessi generali, cui è legato l'esercizio di talune professioni, subordinato a una speciale abilitazione. Per l'esercizio della professione medica, per esempio, l'abilitazione richiesta dallo Stato prevede, oltre al diploma di laurea in medicina o in odontoiatria, il superamento del relativo esame di Stato e l'iscrizione all'albo. È sufficiente, quindi, la mancanza di uno dei tre requisiti perché trovi immediatamente applicazione l'articolo 348 del codice penale. Negli anni, inoltre, numerose sentenze della Corte di Cassazione hanno contribuito a meglio identificare il delitto di esercizio abusivo della professione medica, per cui basta un solo atto professionale, anche non retribuito, o con il consenso del destinatario, per integrare la fattispecie di cui al citato articolo 348 del codice penale. L'articolo in questione tuttavia prevede, a oggi, delle pene irrisorie se si pensa che l'abusivo è punito con la reclusione fino a sei mesi o con la multa da duecentomila a un milione delle vecchie lire; accade quindi che l'abusivo venga condannato a zero giorni di reclusione o a

una multa di pochi euro. Se poi si sceglie il patteggiamento, si assiste a una farsa giudiziaria ove il reo se la cava con pochi minuti di udienza e con il pagamento della parcella del proprio legale. La reclusione dovrebbe invece prevedere, oltre a un massimo, anche un minimo al fine di avere la certezza che non siano effettuati sconti di pena che azzerrino, in pratica, la condanna. Mentre la multa, oggi irrisoria, andrebbe quantomeno portata a livello della presumibile evasione fiscale che l'abusivo perpetra ai danni dallo Stato. Inoltre si dovrebbe inibire l'accesso al patteggiamento e al rito abbreviato, come pure si dovrebbe inasprire la pena per il recidivo. Gli strumenti e i macchinari che a oggi vengono sequestrati per poi essere riconsegnati dopo un breve periodo al proprietario, dovrebbero venire confiscati obbligatoriamente per impedire all'abusivo di perpetrare il reato di esercizio illegale della professione medica, come ormai la Suprema corte di Cassazione ha stabilito per l'odontoiatria. Il dover acquistare nuovamente tutto lo strumentario e i macchinari, oltre al pagamento di una multa salatissima, potrebbe essere un ottimo deterrente a questi atti fuorilegge con un enorme guadagno per la salute della collettività. Con la proposta di legge in oggetto, quindi, si introducono una serie di ipotesi di aggravamento della pena e delle sanzioni con la dichiarata finalità di realizzare un livello più sostenuto di deterrenza. ■



Agrofuturo

**il successo, le esperienze,
il know how conquistati**
a disposizione dei soci del consorzio
con l'attivazione del:



CSA
Centro Servizi Agrofuturo

per consulenze, servizi, progetti di sviluppo nelle seguenti aree:

AREA economico finanziaria AREA comunicazione marketing internazionale AREA pianificazione strategica ricerca e sviluppo export

Tel. 081 9211500 Fax 081 9205071 - www.agrofuturo.it info@agrofuturo.it

Assafrica & Mediterraneo



L'AFRICA DOPO GLENEAGLES AZIONI PER LA RINASCITA DEL CONTINENTE

Pace, sicurezza e buon governo, le precondizioni per lo sviluppo

ALBERTO MICHELINI

Rappresentante Personale del Presidente del Consiglio per l'Africa alberto.michelini@tin.it

«L'Africa ce la farà, nonostante il G8 e nonostante noi stessi», dice sorridendo uno degli otto Capi di Stato e di Governo del Continente nel salutarmi al termine dell'incontro con i colleghi dell'Occidente alla fine della mattina dell'8 luglio. Il Vertice di Gleneagles, in Scozia, presieduto da Tony Blair e funestato dagli attentati di Londra, è dedicato all'Africa e ai cambiamenti ambientali. L'affermazione apparentemente paradossale del leader africano è sintomo delle difficoltà e nello stesso tempo delle speranze in una rinascita dell'Africa. Il Primo Ministro britannico ha voluto che il suo G8 riuscisse a imprimere una svolta nella soluzione dei problemi che affliggono il Continente. A tale scopo ha anche istituito nel 2004 una Commissione da lui presieduta che ha prodotto un Rapporto presentato a Gleneagles assieme al secondo Rapporto di Implementazione che noi APR (African Personal Representatives) abbiamo preparato sul Piano di Azione. Con il Summit in Scozia è la quinta volta che l'Africa è al tavolo del G8. A Genova, nel 2001, quattro Capi di Stato africani avevano chiesto ai Grandi, a nome del Continente, di essere aiutati a fare da sé. La risposta era stata un Piano di Azione e il Fondo Globale per la salute contro l'Aids, la Malaria e la Tubercolosi. A Kananaskis, nel G8 a presidenza canadese del 2002, con la partecipazione dei cinque Capi di Stato e di Governo dello Steering Committee della Nepad

(New Partnership for African Development), viene solennemente approvato il Piano predisposto dai Rappresentanti Personali. A Evian, con la presidenza francese, viene presentato il primo Rapporto di Attuazione del Piano. Al Vertice a presidenza americana di Sea Island, l'anno successivo, partecipano sette leader africani. Blair punta su Gleneagles per il rilancio e ottiene dai suoi colleghi l'impegno per 25 miliardi di dollari all'anno per l'Africa dal 2010 e la cancellazione del debito multilaterale. Quanto all'aiuto pubblico (ODA) si tratta della decisione già presa dai Paesi sviluppati a Monterrey nel 2002. Quanto al debito, le decisioni deve essere resa operativa dai tre Istituti finanziari multilaterali: Banca Mondiale, Fondo Monetario Internazionale e Banca Africana di Sviluppo. Al di là dei due importanti obiettivi, peraltro scontati, e al di là del volenteroso impegno di Bono e di Bob Geldof, gli interrogativi sono altri e sono emersi dal dibattito, vivace e amichevole, tra gli otto Grandi più Barroso e Wolfowitz e i leader africani: Bouteflika, Kufour, Mbeki, Mkapa, Obasanjo, Wade, Zenawi, più il Presidente dell'Unione Africana, Konaré. L'Aiuto Pubblico basta da solo a imprimere un autentico sviluppo all'Africa? Evidentemente no, come ha dimostrato la storia degli ultimi 40 anni. È necessario mettere in condizione il Continente di inserirsi nel circolo del commercio mondiale. È stato calcolato che soltanto un aumento



16



Antonio Sada & Figli s.p.a.

SCATOLE E FUSTELLATI IN CARTONE ONDULATO

VIA PACINOTTI, 84090 - S. ANTONIO DI PONTECAVANO - SALERNO
TEL. PROV. 089.3066671 - FAX 089.303155 - info@asadapspa.it

dell'1% della partecipazione dell'Africa al commercio globale produrrebbe un reddito annuale sette volte maggiore di quanto oggi riceva in aiuti. Buona parte della discussione è ruotata attorno al tema del Commercio, che va al cuore della attuale crisi africana, con continui riferimenti al Doha Round di Hong Kong di dicembre, dove tutti sperano che vengano ridimensionati i sussidi che Europa e Stati Uniti elargiscono all'agricoltura e al cotone, e vengano ridotti i dazi. Misure che potrebbero fruttare ai Paesi in via di sviluppo un reddito annuale aggiuntivo di 300 miliardi di dollari! Al Primo Ministro di Addis Abeba, Meles Zenawi, che parlava di eliminazione delle barriere tra Africa e Occidente, Bush opponeva, in qualche modo giustamente, l'eliminazione delle barriere interafricane. A fronte delle preoccupazioni del G8 sull'uso degli aiuti, Wade, come l'anno precedente a Sea Island, diceva: «Tenetevi i soldi ma dateci le imprese per le infrastrutture». E i più hanno insistito sull'investimento privato come chiave dello sviluppo. Il fatto è che da cinque anni si continua a girare attorno al vero problema - quello di mettere in grado l'Africa di beneficiare di un libero ed equo commercio - senza affrontarne concretamente gli aspetti cruciali. Prendiamo l'esempio del cotone, avanzato nel Summit americano del 2004 dal Presidente ugandese, Museveni. «A causa dei sussidi, diceva Museveni, il nostro cotone vale poco o niente. Dobbiamo invece lavorarlo nei nostri Paesi produttori: trarne il filo, poi il tessuto e quindi il confezionato. Così varrà dieci volte di più. Insomma, si tratta di creare valore aggiunto sul posto». Museveni aveva ragione. Ma in più è necessario prevedere l'accesso ai nostri mercati dei loro prodotti. Bisogna dare formazione professionale ai giovani africani, dare stabilità al settore bancario e a quello dei servizi con un quadro di regole certo

per gli investimenti, rafforzare il sistema giudiziario contro la criminalità e la corruzione, creare un'adeguata rete di trasporti. Per non parlare della pace e della sicurezza e del buon governo, tutte precondizioni per lo sviluppo. Di tutto questo sono ben consapevoli quei leader africani impegnati ad attuare la NEPAD, il processo politico da loro deciso, occasione storica per l'Africa che sta andando avanti nonostante le inevitabili difficoltà e il silenzio dei media, interessati più alle disgrazie che ai progressi del Continente. E i progressi ci sono: negli ultimi cinque anni più dei due terzi dei Paesi dell'Africa sub-sahariana ha tenuto elezioni democratiche. Sono imminenti quelle in Paesi "difficili" come la Liberia, la Repubblica democratica del Congo e l'Angola. L'inflazione è a un quinto rispetto a dieci anni fa, mentre la crescita in 16 Paesi africani è oltre il 4%. Ventiquattro Paesi hanno firmato un accordo per la "verifica tra pari" sui progressi raggiunti. La promozione del buon governo, della pace, della sicurezza e dello sviluppo economico è la priorità dell'Unione Africana, della NEPAD e di una nuova classe dirigente africana. Si tratta di coordinare meglio gli aiuti dei donatori, ha detto il Presidente della World Bank, Wolfowitz, mentre il Presidente uscente della Tanzania, Mkapa, ha risposto che solo il 20% degli aiuti arriva ai beneficiari. C'è dunque un problema nel campo dell'aiuto allo sviluppo, ci sono responsabilità di chi dona e di chi riceve, ma la vera soluzione passa attraverso la formazione dei giovani africani e lo sviluppo del settore privato, con l'esigenza di coinvolgere la società africana e di far crescere una coscienza civica e il senso di appartenenza di un'intera generazione del Continente. E un processo già in corso.

Per questo il Leader africano poteva commentare che l'Africa ce la farà, nonostante tutto. ■



Internazionalizzazione



INTERTRADE & COMUNICAZIONE INTEGRATA NASCE "NEWSMERCATI"

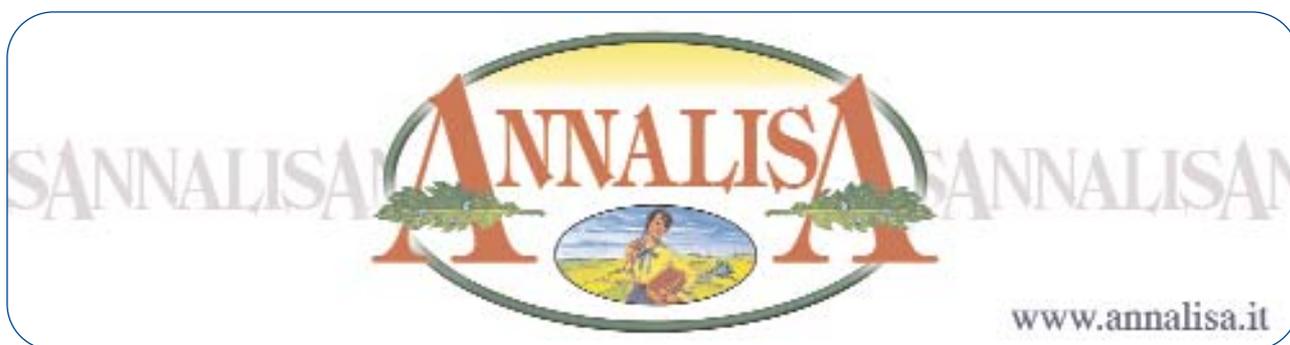
La Newsletter per l'internazionalizzazione

DEMETRIO CUZZOLA

Presidente di Intertrade - Azienda Speciale della C.C.I.A.A. di Salerno cuzzola@intertrade.camcom.it

Si rinnova e si rinforza il forte interesse nei confronti delle attività internazionali che vedono coinvolti la Camera di Commercio di Salerno e la sua Azienda Speciale, anche grazie al ruolo ricoperto dal presidente Augusto Strianese all'interno di Unioncamere, quale Vice Presidente con delega all'internazionalizzazione. Al via il nuovo progetto di comunicazione integrata: nasce Newsmercati, la nuova newsletter per l'internazionalizzazione. Continua, dunque, l'attenzione di Intertrade per la comunicazione rivolta al mondo della piccola e media impresa interessata ai mercati esteri, condotta questa volta on-line e ideata all'interno di un network camerale che opera esclusivamente sul fronte dell'internazionalizzazione. Da tempo Intertrade fa parte di un Gruppo di Strutture camerali per l'internazionalizzazione, di respiro nazionale, che riunisce quattordici tra Camere di Commercio e Aziende Speciali operanti in diverse regioni italiane, quali Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Molise e Campania. Lo scopo del Gruppo è promuovere il Made in Italy nel mondo attraverso l'organizzazione e realizzazione di interventi, iniziative e progetti a favore delle imprese export-oriented. Diverse già le azioni realizzate e molte ancora in corso, messe in essere dalle strutture camerali specializzate. L'ultima è pronta per essere lanciata nell'autunno del 2005 e riguarda il progetto editoriale Newsmercati, la newsletter per l'internazionalizzazione, che sarà inviata a tutte le imprese interessate a iniziative, progetti e appuntamenti con i mercati esteri. L'esperienza degli ultimi anni ha

fatto emergere, infatti, da parte delle aziende, un forte e continuo bisogno di informazione: l'attenzione, perciò, di questa task force si è concentrata sull'importanza della comunicazione rivolta alle imprese. Quotidianamente gli operatori si imbattono in problematiche che riguardano norme legali, fiscali, finanziarie, commerciali e doganali. Di frequente si interrogano sull'esistenza di strumenti finanziari e assicurativi per il commercio estero. Spesso si ritrovano in problematiche inerenti la contrattualistica internazionale o i pagamenti e trasporti. Così, nella ricerca delle soluzioni a questi quesiti, perdono interessanti opportunità di business per la propria azienda. Proprio nel fare fronte a queste esigenze, il tema della comunicazione-informazione è diventato particolarmente caro a Intertrade: infatti sono già 24 i numeri pubblicati di Mercato Globale, il Bollettino camerale cartaceo per le imprese che operano all'estero, che aggiorna su iniziative e progetti a supporto dell'internazionalizzazione, realizzati da varie realtà istituzionali. Mercato Globale fornisce quindi suggerimenti sulle tematiche relative ad aspetti tecnici del commercio estero. In corso, inoltre, è l'invio di sms, con cadenza settimanale, che ricordano agli imprenditori appuntamenti e scadenze. Ma gli interventi di comunicazione integrata a favore delle imprese export-oriented continuano e si rinforzano: Intertrade propone agli operatori salernitani Newsmercati, newsletter periodica sulle tematiche dell'internazionalizzazione, che si inserisce, in completa armonia, nel panorama di azioni di comunicazione già rivolte alle imprese salernitane.



Newsmercati è un'iniziativa che vede operare Intertrade in tandem con le altre strutture camerali, afferenti al Gruppo per l'internazionalizzazione, con il principale obiettivo di integrare le competenze di ciascuno, al fine di realizzare uno strumento specialistico che sia di utilità concreta per gli operatori interessati ai mercati esteri. La newsletter, già protagonista del sistema comunicativo, si appresta dunque a divenire uno strumento informativo di più ampio respiro, in quanto alimentata da varie fonti e perché mezzo di diffusione di iniziative e progetti condotti e organizzati in ambito provinciale, regionale, nazionale ed estero. Il target di destinazione è rappresentato, in provincia di Salerno, da tutte le imprese che già operano o che sono semplicemente interessate ai mercati esteri. In modo particolare la comunicazione, l'immagine, il tenore delle newsletter e le azioni di marketing si concentreranno su destinatari quali aziende di produzione, trading company, agenti di commercio con e senza rappresentanza, distributori per l'Italia, buyers sul mercato italiano, società o persone che offrono consulenza sul commercio estero.

Il progetto "newsletter per l'internazionalizzazione" si prefigge i seguenti principali obiettivi:

- realizzare uno strumento verticale che fornisca alle imprese delle informazioni necessarie che siano sintetiche, perché è necessario adottare uno stile diretto e pratico, finalizzato all'operatività, mirate, in quanto gli articoli devono contenere esclusivamente informazioni utili per un target di PMI che operano con l'estero; specialistiche, perché la newsletter contiene articoli redatti da esperti del settore e deve assumere un carattere di approfondimento;
- diffondere l'utilizzo dello strumento tra il maggior numero di imprese: un servizio utile si diffonde rapidamente, cresce e crea una comunità di lettori interattiva, dinamica e partecipativa.

Lo schema editoriale è distinto in contenuti a carattere nazionale e locale, saranno trattati argomenti di attualità economica e presentati approfondimenti di ar-

gomenti tecnici inerenti le tematiche del commercio internazionale o della delocalizzazione. Sarà frequente, inoltre, trovare all'interno della "newsletter per l'internazionalizzazione" shortcut di Guide Paese, di volta in volta differenti. Una sezione particolare sarà dedicata alle informazioni su Tender e Gare d'appalto internazionali, con opportunità da poter sviluppare in collaborazione con Extender e ICE. Gli utenti potranno, inoltre, elaborare quesiti su specifici argomenti: un Gruppo di Esperti darà loro risposta. Interessante per i nostri operatori è la possibilità di inserire o trovare annunci, attraverso la pubblicazione di comunicati commerciali che le Camere di Commercio ricevono da Camere di Commercio Bilaterali o Italiane all'estero, Ambasciate e Consolati, Enti fieristici internazionali, singole aziende. Non poteva mancare la sezione dedicata a "Finanziamenti e agevolazioni". Saranno curati, infatti, sia la segnalazione che l'approfondimento di leggi e opportunità di finanziamento, che sempre più spesso vedono coinvolti, quali erogatori, Enti o Istituti operanti nel campo dell'internazionalizzazione, come Camere di Commercio, Provincia, Regione, Simest, eccetera. Infine, a ogni newsletter sarà abbinato un "Calendario" delle attività in programma, che terrà aggiornate le imprese destinatarie della newsletter su ogni iniziativa promossa per l'internazionalizzazione. Newsmercati, pertanto, è un progetto che servirà a rafforzare il ruolo che la Camera di Commercio di Salerno assegna alla comunicazione. Lo scopo è mettere a punto strumenti che mirino a raggiungere le imprese in modo veloce ed efficace su tematiche assolutamente operative e che rispondano ai quesiti aziendali sulle attività di import/export. La newsletter rappresenterà un esempio di informazione economica che racchiude la sintesi delle attività camerali di promozione e cooperazione transnazionale e sarà strumento di divulgazione di interessanti opportunità di business per tutte le imprese export-oriented della provincia di Salerno. ■



Il meglio del
Made in Salerno

www.exposalerno.com
maggiore visibilità alle imprese salernitane
che operano nell'import/export



News da Bruxelles



TESSILE E ABBIGLIAMENTO NELL'UE INNOVAZIONE E RICERCA

Cooperazione e sviluppo tecnologico per contrastare la concorrenza asiatica

SALVATORE VIGLIAR

Docente di Diritto dell'Informazione e della Comunicazione - Università della Basilicata
Esperto di Politiche Comunitarie studio.vigliar@virgilio.it

La concorrenza intercontinentale, composta soprattutto dai fornitori asiatici, costituisce una sfida impegnativa per l'industria tessile dell'UE. La diffusione di nuove tecnologie, tuttavia, promette l'apertura di mercati inaspettati, mentre diverse iniziative dell'UE promuovono la collaborazione e la creazione di partenariati in un settore tradizionalmente restio alla sperimentazione di azioni di cooperazione. Il comparto tessile e dell'abbigliamento rappresenta uno dei settori cardine dell'industria europea, con un fatturato annuo pari a 215 miliardi di euro e una forza lavoro costituita da circa 2,7 milioni di dipendenti. In alcuni Stati membri dell'Europa meridionale e orientale, quali il Portogallo e la Lituania, il settore dà lavoro addirittura al 25-30% del totale degli impiegati nel comparto industriale. Le 170.000 imprese del settore sparse sul territorio dell'UE impiegano una media di 15 persone per azienda, ma sono molte quelle di dimensioni più ridotte. L'esistenza di un tale livello di frammentazione rende pertanto difficile l'adozione di un approccio concertato nei confronti della ricerca e dell'innovazione. Negli ultimi anni sono state varie le sfide raccolte dall'industria tessile. Nel gennaio 2005 si è concluso l'accordo OMC su tessili e abbigliamento, che ha permesso la totale eliminazione delle quote restrittive (già progressivamente ridotte) di importazione di prodotti tessili nel territorio UE, incrementando le pressioni concorrenziali esercitate dai produttori asiatici. L'aumento del costo del lavoro in diversi paesi europei ha inoltre spinto molti

fornitori dell'Unione a trasferire le operazioni a intenso impiego di manodopera verso Stati membri di recente o prossima adesione, soprattutto in Polonia e Romania. Anche paesi come la Tunisia, il Marocco e la Turchia vantano forti legami con i fornitori dell'UE grazie alla garanzia di qualità elevata e alla prossimità geografica, che consentono loro di soddisfare rapidamente le esigenze del mercato.

Iniziativa comunitarie

Allo scopo di definire gli obiettivi dell'innovazione e i temi di ricerca necessari a far fronte ai problemi del settore tessile europeo, è stata istituita una piattaforma tecnologica comunitaria per il futuro di tessile e dell'abbigliamento che riunisce esperti del mondo dell'industria e della ricerca al fine di sviluppare obiettivi specifici di ricerca e innovazione in tre ambiti: nuove applicazioni tessili, transizione da una produzione di massa a una personalizzata, nonché il passaggio da prodotti base a specialistici. Allo stesso tempo, è stato adottato un numero cospicuo di ulteriori misure raccomandate dal "Gruppo ad alto livello per il settore tessile e l'abbigliamento" (GAL), arricchendo i progetti già esistenti attraverso nuove opportunità nell'ambito del Sesto programma quadro di ricerca (6° PQ) in termini di cofinanziamento della ricerca, formazione e divulgazione dei risultati. Il GAL studierà la questione dell'accesso ai finanziamenti per l'innovazione da parte delle imprese, l'innovazione non tecnologica e la cooperazione industriale, mentre al momento sono in esame



fos
Fibre Ottiche Sud s.p.a.

Fibre Ottiche per Telecomunicazioni

Certificata ISO 9001:2000, ISO 14001
Strada Provinciale 135, km 4,5 - 84091 Battipaglia (SA), tel. 0828675111

Esempi di progetti implementati dall'UE nel settore tessile-abbigliamento

Piattaforme tecnologiche

Le piattaforme tecnologiche traggono origine dal piano d'azione della Commissione del 2003 teso alla promozione degli investimenti nella ricerca (a). Le principali parti in causa mirano a definire un'agenda relativa alla ricerca strategica per le industrie cardine, che potrebbe contare sul sostegno fornito dal 7° PQ. Attualmente, sono operative circa 25 piattaforme in settori in cui la crescita sostenibile dipende da progressi di notevole spessore nel campo della ricerca. La piattaforma per il futuro del tessile e dell'abbigliamento vuole assistere l'industria nel processo di innovazione a favore della ricerca di nuovi prodotti e di un'organizzazione più efficiente.

(a) Investire nella ricerca: un piano d'azione per l'Europa. Comunicazione della Commissione. COM(2003) 226
http://europa.eu.int/comm/research/era/3pct/index_en.html

Info

Lutz Walter, Euratex/Piattaforma tecnologica europea per il futuro del settore tessile e dell'abbigliamento
Tel. +32 2 285 4885 - Fax +32 2 230 6054
lutz.walter@euratex.org - <http://www.euratex.org/>

Leapfrog

Inserito nell'ambito del 6° PQ, Leapfrog è un progetto che mira ad apportare cambiamenti radicali in termini di produttività, qualità ed efficienza dei costi di produzione degli indumenti, nonché sul fronte della cooperazione relativa alla catena di approvvigionamento, attraverso la raccolta di dati riguardanti nuovi metodi e tecnologie per la creazione di un sistema totalmente integrato di progettazione e produzione di capi di abbigliamento. Coordinato da Eurotex, il progetto riunisce 37 soci di un consorzio che abbraccia 14 paesi al fine di analizzare i risultati di 70 progetti di ricerca continuativi.

<http://www.leapfrog-eu.org/>

Web-TEXpert

Web-TEXpert si occupa dello sviluppo di metodi avanzati nel campo della gestione dell'innovazione con l'obiettivo di aumentare la competitività delle PMI attive nel settore del tessile e dell'abbigliamento. Il progetto esaminerà l'innovazione nello sviluppo dei prodotti, nella loro presentazione e nel networking, tutti elementi finalizzati all'integrazione delle varie fasi produttive. Molti dei partner sono associazioni e gruppi industriali (IAG) che contribuiranno a un'ampia divulgazione dei risultati e della formazione nel settore della ricerca per incoraggiare le PMI a spingersi oltre il proprio ambito di specializzazione.

<http://www.webtexpert.net/>

le proposte tese al miglioramento della tutela della proprietà intellettuale. Il 6° PQ si concentra sulle PMI impegnate nello sviluppo della tecnologia e della ricerca. All'interno del 6° PQ, le misure di intelligenza economica e tecnologica (ETI) a favore delle PMI rivolgono un'attenzione particolare al settore della moda. Fashion Net è una di queste iniziative, cui si affiancano altri due progetti relativi al settore calzaturiero (Shoes 5000) e allo sviluppo del settore tessile in generale (ITE, Intelligent Textile Environment). Il progetto ITE, in particolare, si occupa di benchmarking per le PMI, e a tal fine si avvale dell'auto-revisione e dell'impiego di banche dati sulle "buone prassi" nonché della promozione dello sviluppo delle risorse umane. Fashion Net mira a coinvolgere le PMI del settore nei progetti di ricerca del 6° PQ e a espandere la loro rete di contatti, stimolando così lo sviluppo di cluster di collaborazione per favorire lo scambio di esperienze, metodologie e "buone prassi". Si tratta di un progetto ampio che riconosce la complessità della catena di produzione e approvvigionamento. Grazie alla collaborazione di 16 organizzazioni intermedie di otto paesi diversi, Fashion Net si occuperà della promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico alle PMI. Il progetto si avvarrà inoltre di un'ampia gamma di strumenti volti a incoraggiare la partecipazione delle PMI, tra cui l'organizzazione di due importanti conferenze e di tavole rotonde e stage di formazione in ognuno dei paesi partecipanti. Quattro iniziative di gemellaggio contribuiranno poi all'instaurazione di partenariati di lavoro tra settori con esigenze innovative simili, nonché alla creazione di una campagna di informazione e di una banca dati per le risorse tecniche a disposizione di 4.500 PMI. ■

Per informazioni:

Silvia Grandi, Istituto per la Promozione Industriale, Fashion Net
Tel. +39 068 097 2215 - Fax +39 068 097 2443
grandi@ipi.it - <http://www.ipi.it/>

CONTENITORI

METALLICI

PER

ALIMENTI


**NATIONAL
CAN
ITALIANA**

Via Piave, 185 - 84083 - Castel S. Giorgio (Salerno)
Tel. 081 9535211 - Fax 081 951843 - e-mail: nalcan@nalcan.it

Cod. Fiscale e Partita IVA 00180550859

**QUALITA'
AFFIDABILITA'
UNA RISPOSTA
VELOCE PER OGNI
ESIGENZA
DEL CLIENTE**



S.O.S. Impresa



LA NUOVA REVOCATORIA FALLIMENTARE RIFORMA INEVITABILE DI UN ISTITUTO OBSOLETO

Finalmente un adeguamento alla realtà socioeconomica

GENNARO STELLATO

Avvocato Civilista studiosstellato@tiscalinet.it

Con D.L. 14 marzo 2005, convertito nella L. 14 maggio 2005 n.80, nell'ambito di varie disposizioni in tema di codice di procedura civile e arbitrato, è stato sostanzialmente scritto ex novo l'art. 67 della Legge Fallimentare riguardante l'istituto della revocatoria che, soprattutto negli ultimi anni, è stato duramente criticato anche sotto il profilo etico. Con la nuova formulazione vengono chiariti tutti gli aspetti della problematica con una indicazione, finalmente abbastanza esaustiva, delle fattispecie esenti. Il nuovo testo recita così: «Sono revocati, salvo che l'altra parte provi che non conosceva lo stato di insolvenza del debitore: 1 - gli atti a titolo oneroso compiuti nell'anno anteriore alla dichiarazione di fallimento, in cui le prestazioni eseguite o le obbligazioni assunte dal fallito sorpassano di oltre un quarto ciò che a lui è stato dato o promesso; 2 - gli atti estintivi di debiti pecuniari scaduti ed esigibili non effettuati con denaro o con altri mezzi normali di pagamento, se compiuti nell'anno anteriore alla dichiarazione di fallimento; 3 - i pegni, le anticresi e le ipoteche volontarie costituiti nell'anno anteriore alla dichiarazione di fallimento per i debiti preesistenti non scaduti; 4 - i pegni, le anticresi e le ipoteche giudiziali o volontarie costituiti entro sei mesi anteriori alla dichiarazione di fallimento per debiti scaduti. Sono altresì revocati, se il curatore prova che l'altra parte conosceva lo stato d'insolvenza del debitore, i pagamenti di debiti liquidi ed esigibili, gli atti a titolo oneroso e quelli costitutivi di un diritto di prelazione per debiti, anche di

terzi, contestualmente creati, se compiuti entro sei mesi anteriori alla dichiarazione di fallimento. Non sono soggetti all'azione revocatoria: a) i pagamenti di beni e servizi effettuati nell'esercizio dell'attività d'impresa nei termini d'uso; b) le rimesse effettuate su un conto corrente bancario, purchè non abbiano ridotto in maniera consistente e durevole l'esposizione debitoria del fallito nei confronti della banca; c) le vendite a giusto prezzo d'immobili a uso abitativo, destinati a costituire l'abitazione principale dell'acquirente e dei suoi parenti e affini entro il terzo grado; d) gli atti, i pagamenti e le garanzie concesse su beni del debitore purchè posti in essere in esecuzione di un piano che appaia idoneo a consentire il risanamento dell'esposizione debitoria dell'impresa e ad assicurare il riequilibrio della sua situazione finanziaria e la cui ragionevolezza sia attestata ai sensi dell'art. 2501-bis, quarto comma, del codice civile; e) gli atti, i pagamenti e le garanzie posti in essere in esecuzione del concordato preventivo, dell'amministrazione controllata, nonché dell'accordo omologato ai sensi dell'art. 182-bis; f) i pagamenti di corrispettivi per prestazioni di lavoro effettuati da dipendenti ed altri collaboratori, anche non subordinati del fallito; g) i pagamenti di debiti liquidi ed esigibili eseguiti alla scadenza per ottenere la prestazione di servizi strumentali all'accesso di procedure concorsuali di amministrazione controllata e di concordato preventivo. Le disposizioni di questo articolo non si applicano all'istituto di emissione, alle opera-



22



★★★★L
SAVOY BEACH HOTEL
PAESTUM

via Presideronia - 84063 Paestum (Salerno) - Italy
tel. +(39) 0828 720 100 fax +(39) 0828 720 807
www.hotelsavoybeach.it - info@hotelsavoybeach.it

zioni di credito su pegno e di credito fondiario; sono salve le disposizioni delle leggi speciali». Oviamente con la premessa che la nuova disposizione si applica alle procedure concorsuali aperte dopo il 17 marzo 2005, risultano in modo evidente le novità introdotte con la riforma. Occorre al riguardo ricordare come l'istituto della revocatoria fallimentare sia stato per decenni un vero e proprio incubo e non solo per chi (sono stati i casi più eclatanti) aveva acquistato immobili da imprenditori poi falliti, ma anche da chi prima di sviluppare un rapporto di natura commerciale era costretto a porsi mille problemi proprio nell'ottica di un'eventuale revocatoria. La riforma, a prescindere dalle interpretazioni che la giurisprudenza futura potrà dare, si fonda su tre punti essenziali: la riduzione, anzi il dimezzamento del tempo del periodo sospetto, la quantificazione della percentuale relativa alla sproporzione propedeutica all'esercizio dell'azione e l'elencazioni di atti esclusi dalla revocatoria. Per quanto attiene al primo punto va evidenziato che il periodo revocabile è stato ridotto da due a un anno e, in particolare da un anno a sei mesi per pegni anticresi e ipoteche volontarie; per quanto attiene agli atti cosiddetti "anormali" atti cioè che presi ex se violano sicuramente la par condicio creditorum. Per quanto riguarda, invece, gli atti "normali", quelli cioè che implicano anche la conoscenza dello stato di insolvenza, il termine è ridotto ai sei mesi anteriori alla dichiarazione di fallimento. Basterebbe questo unico elemento per rendere di per sé già importante la riforma soprattutto in considerazione del fatto che, in particolare modo negli ultimi anni, gli elementi che potevano contribuire a presupporre uno stato di insolvenza - protesti, esecuzioni etc. - comparivano spesso all'improvviso nell'imminenza della dichiarazione di fallimento con le conseguenze che tutti ben conoscono. Con la riduzione del periodo incriminato si concedono maggiori possibilità e certezze a chi opera con imprenditori. Il

secondo punto consacra nella norma un fondamentale elemento comparativo ai fini dell'ulteriore presupposto della sproporzione: con la determinazione del criterio del quarto si pone un elemento certo fra la prestazione e la controprestazione o corrispettivo. In tal modo si sgombra il campo da tante interpretazioni restrittive della norma che consideravano revocabili anche atti che presentavano sproporzioni inferiori. L'ultimo punto è poi particolarmente importante in quanto la norma individua una serie di atti che non sono soggetti a revocatoria. A prescindere dalla sia pura importantissima elencazione per la quale si rimanda al testo della norma precedentemente riportato, va detto che la ratio della norma è finalizzata in primis a dare certezze agli operatori e salvare, per quanto possibile, l'azienda in difficoltà proprio per la maggiore facilità o per essere più precisi, per la minore difficoltà ad avere accesso al credito in una situazione di difficoltà. Sotto un profilo di etica sociale va segnalata in modo particolare l'esclusione dalla revocatoria delle vendite a giusto prezzo di immobili a uso abitativo destinati a costituire l'abitazione principale dell'acquirente o di suoi parenti o affini entro il terzo grado. Si tratta di una sorta di risarcimento ex post per le tante vittime cadute sull'altare sacrificale di una norma ingiusta. Ci sarà certamente tempo per verificare l'impatto della nuova normativa sui rapporti commerciali anche se va detto che la stessa va temperata con le varie riforme, compresa quella societaria, che sono state nelle more approvate. Quel che è certo però è che la strada è giusta in quanto finalizzata a dare certezze, a eliminare problematiche annose che hanno appesantito i ruoli dei Tribunali generando contenziosi lunghissimi e difficili. In tale ottica va salutata favorevolmente questa importante modifica in attesa della riforma generale della legge fallimentare che, forse, più di tante leggi ancora in vigore, mostra chiaramente i segni del tempo. ■

paravia
 arredamenti interni
 via Salaria 145 - 00197 - Roma
 Tel. +39 069 336222 - Fax +39 069 336225
 E-mail: paravia@paravia-italia.it
 http://www.paravia-italia.it

paravia
 arredamenti interni
 via Salaria 145 - 00197 - Roma
 Tel. +39 069 336222 - Fax +39 069 336225
 E-mail: paravia@paravia-italia.it
 http://www.paravia-italia.it

S.O.S. Impresa



IL DISTACCO DEL LAVORATORE QUANDO OCCORRE IL CONSENSO

La Giurisprudenza si è evoluta sancendo la necessaria temporaneità

LORENZO IOELE

Docente Diritto Sicurezza Sociale - Università degli Studi di Salerno avvocato.ioelelorenzo@tin.it

Il distacco è regolamentato dall'art. 30 del D.Lgs. 276/03. Prima della sua entrata in vigore l'unica norma in materia era l'art. 8, comma 3, L. 236/93 secondo cui «gli accordi sindacali, al fine di evitare le riduzioni di personale, possono regolare il comando o il distacco di uno o più lavoratori dall'impresa ad altra per una durata temporanea». Gli ostacoli all'utilizzo dello strumento del "distacco" derivavano dal principio in base al quale «qualunque impresa che abbia intrinseche esigenze di determinato personale o di soggetti qualificati deve instaurare con essi un regolare, diretto, rapporto di lavoro (con inserimento a libro paga) e transitare, attraverso il servizio pubblico del collocamento». Dottrina e giurisprudenza erano giunte a legittimare il ricorso al "distacco" ove la fattispecie non incorreva nel divieto di appalto di manodopera. In caso di distacco illegittimo, infatti, si realizzava la fattispecie interpositoria vietata dall'art. 1 L.1369/1960, implicante l'immediata costituzione del rapporto in capo al reale fruitore della prestazione del dipendente pseudo distaccato, e gli altri effetti di carattere penale. Requisito imprescindibile per la legittimità del distacco era il fatto che la conseguente assegnazione tendesse a realizzare «un interesse istituzionale proprio dell'ente o azienda distaccante» (vedi Cass. 12.08.1992 n. 9517), non già a soddisfare un'esigenza specifica dell'azienda in cui il dipendente viene destinato (cosiddetta distaccataria). A tale stregua si riteneva legittima la dissociazione tra titolare del rapporto di

lavoro e degli obblighi retributivi (distaccante) e beneficiario della prestazione del dipendente (distaccatario), quando, ad esempio, il distaccato dispiegava nella diversa sede un'attività di controllo gestionale o contabile per conto e nell'interesse dell'azienda (o capo gruppo) cui apparteneva, ovvero realizzava un'esperienza formativa utile per il miglior disimpegno della sua attività, una volta reinserito nella propria società, ovvero svolgeva nell'azienda cessionaria un'attività finalizzata all'uniformità delle procedure di Gruppo, secondo esigenze delle Holding di cui era in organico. Da ultimo secondo Cass. 594/00, «l'invio di propri dipendenti, fin dall'assunzione a tempo indeterminato, da parte di una cooperativa configura un comando o distacco lecito e non contravviene al divieto di interposizione posto dall'art.1, l. n.1369/60, se in capo al distaccante esiste e persiste un interesse di natura anche non economica, ma solidaristica». Requisito di legittimità del distacco era «la sussistenza, all'inizio e la persistenza per tutta la durata del comando della necessità di soddisfare particolari esigenze dell'ente o azienda distaccante e quindi la persistenza dell'interesse a tale distacco elementi questi, per loro natura, necessariamente temporanei» (Cass. Sez. Un. N. 1751/1989). Si riteneva, quindi, che altro requisito del «distacco» fosse la temporaneità. La dissociazione tra titolarità del rapporto ed esecuzione della prestazione in azienda diversa e a favore di soggetto distinto da colui che ha assunto il presta-

24

FIXI
ESPERTI NEL FISSAGGIO

SERVICE
ACCESSORI INTONACATORI - ASSISTENZA TECNICA

EDILIZIA
MATERIALI DA COSTRUZIONI...E OLTRE

SALEDIL
CERAMICHE - ARREDO BAGNO - RUBINETTERIA

GEXPAN
PRODUZIONE PANNELLI IN GESSO E LATEROCESSO
PANNELLO FLEXI

Prima srl
SPECIALISTI IN EDILIZIA

Via Acquasanta n° 9
84131 Zona Ind. Salerno
tel 089/302078
www.primaedil.it

tore di lavoro doveva essere secondo la Giurisprudenza temporanea, seppure non necessariamente predeterminata ma direttamente determinabile (o derivante) dalla durata dell'interesse della società cedente. Si trattava di una nozione relativa tant'è che la giurisprudenza ha osservato che «la fattispecie del comando o distacco del lavoratore non è necessariamente caratterizzata dalla brevità, o comunque dalla temporaneità dell'applicazione del dipendente presso il terzo, potendo questa durare, indipendentemente dalla sua minore o maggiore lunghezza, finché permanga l'interesse del datore di lavoro distaccante a mantenere la situazione di distacco, e conseguentemente anche fino alla cessazione del rapporto di lavoro, ove l'interesse predetto si sia realmente protratto sino a tale data». Altre decisioni però presupponevano una nozione di "temporaneità" più rigorosa, altrimenti non risulterebbe spiegabile la ragione che ha spinto il datore di lavoro originario all'assunzione e alla detenzione della titolarità del rapporto (così Cass. 6/01/1984, n. 63; Cass. 13/05/1981, n.3150). Sulla necessità del consenso da parte del lavoratore è riscontrabile una evoluzione della Giurisprudenza. A un primo orientamento che richiedeva la necessità del consenso al distacco da parte del lavoratore (Cass. Sez. Un., 15/2/1979, n. 982) ne sono seguiti altri che hanno limitato la necessità del consenso all'ipotesi in cui il rifiuto al distacco fosse giustificato da nuove modalità di esecuzione della prestazione, ovvero da un interesse giuridicamente apprezzabile del lavoratore (Cass. 4/9/1980, n.1189), sino a giungere all'orientamento più recente che riteneva irrilevante il profilo del consenso poiché il lavoratore deve eseguire la prestazione in osservanza al dovere di obbedienza sancito dall'art. 2104 c.c., (Cass. 11/5/1998, n.5102; Cass. 7/11/2000, n.14458). L'art. 30 del D.Lgs. 276/2003 ha sostanzialmente recepito i principi giurisprudenziali appena enunciati

con qualche aggiustamento. Tale norma, infatti, ha sancito che è necessario un interesse del datore di lavoro distaccante e ha posto altresì il principio della necessaria temporaneità del distacco. Essa ha previsto due regole a tutela del lavoratore subordinato stabilendo, innanzitutto, che occorre il consenso del lavoratore interessato quando il distacco comporti un mutamento di mansioni e che, quando il provvedimento in questione comporti un cambiamento del luogo di lavoro superiore a 50 Km, deve essere motivato da ragioni tecniche organizzative, produttive o sostitutive. In pratica, per il distacco implicante spostamenti geografici di una certa consistenza sono richieste le stesse motivazioni previste per il trasferimento del lavoratore con l'aggiunta della ragione «sostitutiva». La norma citata codifica la regola della responsabilità del datore di lavoro distaccante per ciò che riguarda il trattamento economico e normativo a favore del lavoratore. Il distaccante risponderà dell'obbligo contributivo da determinare in relazione all'inquadramento previdenziale dello stesso, mentre per quanto riguarda l'assicurazione infortuno sul lavoro i premi dovrebbero essere calcolati in base alla tariffa applicata dal distaccatario. Delicato è il profilo relativo a eventuali infortuni: è da ritenere che permanga la responsabilità del datore di lavoro distaccante perché il distaccatario potrebbe essere assimilato al soggetto incaricato della direzione e sorveglianza del lavoro. La nuova regolamentazione non sembra tale da pregiudicare l'ammissibilità di un rimborso degli oneri economici a carico del distaccante da parte del distaccatario così come ritenuto dalla precedente giurisprudenza. La nuova normativa, infine, codifica espressamente il principio secondo il quale la violazione delle condizioni di legittimità del distacco comporta la costituzione del rapporto di lavoro in capo al distaccatario, previa un'apposita iniziativa giudiziaria da parte del lavoratore. ■



Unica concessionaria ufficiale
per Salerno, Potenza e Province

Audi

G. Del Priore

Via Parmenide, 260 Salerno
Tel. 089.332.700 Fax 089.335.295
info@delpriore.it



Indirizzo di vendita
SALERNO POTENZA



S.O.S. Impresa



UNA MODERNA VISIONE DELL'APPALTO IL "GLOBAL SERVICE"

Si fa strada un nuovo concetto di manutenzione

LUIGI D'ANGIOLELLA

Avvocato Amministrativista studiodangiolella@tin.it

Un forte cambiamento sta investendo uno dei settori più importanti dei lavori pubblici, cioè quello che riguarda i contratti di manutenzione, ambito nel quale operano moltissime imprese, spesso di limitata caratura e localizzate territorialmente. Gli enti pubblici sovente incaricano piccole aziende di fiducia per intervenire su strade, fogne e immobili di proprietà pubblica senza un'effettiva programmazione degli interventi, con una serie di "contrattini" conclusi per l'occasione, creando un mercato di aficionados degli uffici tecnici degli enti, in perenne attesa dell'intervento urgente cui riparare. Questo diffuso costume (o malcostume) ha, però, creato un terreno fertile per amministratori più accorti per far sviluppare una nuova idea di manutenzione all'interno della Pubblica Amministrazione e per arrivare a una più completa visione di programmazione degli interventi e di prevenzione degli stessi. Ciò, in particolare, nell'ambito della manutenzione immobiliare edile e impiantistica. Gli enti pubblici, infatti, si ritrovano spesso con un importante patrimonio immobiliare - scuole, alloggi, strade - che, se non opportunamente mantenuto, finisce per perdere di valore e gravare sui bilanci in maniera imponente. Come detto in precedenza, le definizioni di manutenzione "ordinaria" e "straordinaria" stanno progressivamente lasciando il posto ad altri concetti, che introducono nuovi principi basati su strategie di pianificazione e programmazione

delle attività. Da una politica di manutenzione fatta di interventi occasionali a seguito di guasti e avarie più o meno estesi, si sta passando progressivamente a un concetto di manutenzione non più come un mero "centro di costo" o sequenza di "attività di cantiere", ma come insieme di attività che, partendo dalla conoscenza del patrimonio edilizio e dalla valutazione del relativo stato d'uso e conservazione, passa attraverso la progettazione e programmazione degli interventi manutentivi, all'organizzazione dei fattori di produzione, alla comunicazione, all'informatizzazione delle informazioni, per arrivare infine all'esecuzione delle attività necessarie all'eliminazione dei guasti o alla loro prevenzione. Le ragioni dello sviluppo di tale forma di outsourcing sono diverse ed essenzialmente riscontrabili nella crescente complessità tecnologica dei beni edilizi, nella richiesta di sempre maggiori standards di funzionalità e di adeguamento normativo e nella - purtroppo, sempre maggiore - ridotta capacità finanziaria degli enti pubblici. E infatti, quanto a fattori di convenienza più strettamente economici, va considerato che un contratto più ampio, che parta dalla preventiva disamina dei problemi e abbia come momento decisivo quello della programmazione, tenda a garantire una maggiore flessibilità operativa, in relazione, soprattutto, alla rigidità gestionale delle risorse all'ente, e a ottenere una complessiva economia di scala, con

**BETA
PACK**

100 metri di qualità
a portata di mano

www.betacavi.it

un unico servizio integrato che elimina i costi dovuti a molteplici rapporti contrattuali. Lo sviluppo di questa idea iniziale ha portato in seguito a soluzioni più evolute e raffinate, e si sono, dunque, concretizzate nuove forme contrattuali, tra cui il "Contratto di Global Service Manutentivo". Con tale modalità contrattuale - vera e propria evoluzione dei primi appalti di global service - si prevede anche una forma di pagamento in base ai risultati ottenuti dall'appaltatore. Per riprendere la definizione della normativa UNI 10685 ("Criteri per la formulazione di un contratto basato su risultati Global Service"), il Global Service di manutenzione è un «contratto riferito a una pluralità di servizi sostitutivi delle normali attività di manutenzione con piena responsabilità sui risultati da parte dell'assuntore». Si tiene conto, quindi, anche dei risultati attraverso una pluralità di servizi sostitutivi delle normali attività di manutenzione, con l'appaltatore che agisce come coordinatore unico della pluralità di attività manutentive (sia esecutive che di consulenza) con piena decisionalità e responsabilità sulle politiche e azioni da adottare per il raggiungimento dei risultati. Risultati che sono definiti o concordati con il committente, il quale non entra nel merito delle scelte strategiche e delle modalità esecutive attuate per il loro raggiungimento. Il risultato può riguardare, per esempio, il mantenimento della qualità edilizia su standards stabiliti, il mantenimento su quote prefissate delle spese di conduzione tecnica o il raggiungimento di risparmi rispetto a passate gestioni, il mantenimento del valore patrimoniale o della redditività di un patrimonio edilizio, il livello di disponibilità di un impianto. Con questo tipo di struttura il Global Service è visto, quindi, come un appalto di servizi, più che come un appalto di lavori in senso tradizionale e ciò incide fortemente sul piano procedimentale per giungere alla scelta

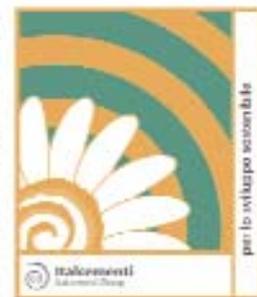
del contraente, visto che si tende ad applicare il D.Lgs. 157/95 sugli appalti di servizi piuttosto che la L. 109/94 (Legge Merloni) sugli appalti di lavori. E, infatti, in queste nuove forme contrattuali, l'aspetto di esecuzione degli interventi manutentivi rappresenta una delle fasi del processo - e neppure la più importante - mentre assumono grande importanza altri fattori, come la conoscenza anagrafica degli oggetti su cui si opera, il rapporto con il cittadino-utente, la corretta gestione delle informazioni e il monitoraggio per evitare pericoli alla pubblica incolumità. Il fenomeno descritto, credo sia positivo, rappresentando una grande opportunità per i Comuni, specie di grosse dimensioni, permettendo anche una virtuosa trasformazione e specializzazione alle imprese. Vi è indubbiamente un salto di qualità che, con l'introduzione di questi tipi di contratto, porta l'impresa, generalmente operante nei lavori pubblici con un'organizzazione aziendale strutturata in relazione al singolo cantiere, a trasformarsi per arrivare, invece, a una forma di imprenditoria più evoluta, che deve avere un management adeguato e più qualificato, nuovi servizi - pure richiesti dalle amministrazioni - quali call center, uffici di prevenzione, pronto intervento, indagini anagrafiche, eccetera, e che impongono una struttura diversa, prima sconosciuta, per le imprese edili di questo tipo. Lo sviluppo di tali forme di appalto deve, quindi, essere accompagnato da una presa di coscienza di quelle imprese, spesso di non grandi dimensioni, che sino a oggi hanno svolto la loro attività per le PP.AA. con i piccoli e isolati interventi di manutenzione. È questa, per chi la sa cogliere velocemente, una decisiva occasione di sviluppo che non può essere sprecata e dev'essere colta al volo per un riammodernamento, anche culturale, di tutto il tessuto delle piccole imprese che opera nel settore. ■

Italcementi Group partecipa all'Iniziativa per la Sostenibilità dell'Industria Cementiera in collaborazione con il **WBCSD** (World Business Council for Sustainable Development) di cui è membro. Nel 2002 Italcementi Group ha sottoscritto l'"**Agenda for Action**", il primo protocollo che coniuga l'attività delle imprese cementiere con le politiche di Sviluppo Sostenibile. L'"Agenda for Action" prevede un piano quinquennale di azioni volto a garantire il migliore equilibrio fra tutela dell'ambiente, responsabilità sociale e crescita economica.



Italcementi
Italcementi Group

www.italcementi.it



Credito & Finanza



SRL E TUTELA DEL SOCIO LA PRIVATIZZAZIONE DEL CONTROLLO

Con la nuova disciplina cresce il potere di ispezione sullo svolgimento degli affari

MARCO DI LORENZO

Consigliere Ordine dei Dottori Commercialisti di Salerno mdilorenzo@tin.it

L'art. 2476, comma 2° del Codice Civile riformato recita «I soci che non partecipano all'amministrazione hanno diritto di avere dagli amministratori notizie sullo svolgimento degli affari sociali e di consultare, anche tramite professionisti di loro fiducia, i libri sociali e i documenti relativi all'amministrazione». La nuova disciplina della società a responsabilità limitata delinea un modello di società revisionato rispetto al modello previgente, con una propria autonoma regolamentazione, non più mutuata dalla società per azioni, e fondato sulla figura del socio e sulla contrattualizzazione dei rapporti sociali.

La centralità della posizione del socio si evince dalla relazione allo schema di disegno di legge delega che costruisce una tipologia di socio coinvolto nella gestione della società, attraverso o una sua diretta partecipazione oppure un'influenza esercitata sui gestori. Da sottolineare il duplice livello di personalizzazione del ruolo del socio, nei meccanismi di governance della società (e quindi in relazione agli organi sociali) e nell'ambito del rapporto societario (quindi in riferimento alla collettività dei soci). Sotto il primo profilo, la valorizzazione del ruolo del socio si evidenzia nella "privatizzazione del controllo". In particolar modo l'art. 2476 c.c. rafforza i diritti di informazione e consultazione già sanciti, seppur con minor peso, dall'art. 2489 c.c.. Tale norma prevedeva per le s.r.l. prive di collegio sindacale

il diritto dei soci di «avere dagli amministratori notizia sullo svolgimento degli affari sociali e di consultare i libri sociali», nonché, per i soci rappresentanti un terzo del capitale sociale, «il diritto di far eseguire annualmente a proprie spese la revisione della gestione». Quindi nell'attuale disciplina l'esercizio del potere di controllo non è più subordinato alla mancata istituzione del collegio sindacale. In merito, la dottrina è concorde nell'attribuire al socio tale potere anche in presenza del collegio sindacale o del revisore.

Prima di esaminare il contenuto del diritto concesso al socio dall'art. 2476, comma 2° c.c., è necessario porre l'accento sulla inderogabilità dello stesso pur in assenza della previsione di nullità di patti contrari. La propensione a considerare inderogabile il suo esercizio, è conseguente alla collocazione sistematica della previsione legislativa nell'articolo dedicato alla responsabilità degli amministratori e prima del 3° comma relativo all'azione di responsabilità. Dottrina prevalente e prima giurisprudenza edita in argomento, ritengono il diritto di controllo del socio indisponibile e non derogabile. In primo luogo, in considerazione della circostanza che nella società a responsabilità limitata post-riforma potrebbe mancare tanto il collegio sindacale, quanto l'assemblea, intesa quale luogo e organo dove gli amministratori debbono rendere edotti i soci del loro operato, costituendo, l'inde-

IMC cavi
**Qualità
Tecnologia
Ambiente**
www.imccavi.it
 CSQ CSQ eco
 ISO 9001 ISO 14001

rogabilità delle norme del 2476 c.c., un argine e una difesa nei confronti del potere gestorio, altrimenti incontrollabile; in secondo luogo, in relazione al fatto che la norma in esame attiene principalmente al modo in cui l'elemento personale si rapporta a quello patrimoniale, quindi anche da questo aspetto ne deriverebbe la non derogabilità della stessa. Il diritto in esame si estrinseca, come si evince dalla lettura del testo di legge, in due modalità: nel diritto di informazione e in quello di consultazione. Il primo, "cosiddetto mediato", cioè di avere dagli amministratori notizie sullo svolgimento degli affari sociali dovrebbe consentire a ciascun socio di ottenere dagli amministratori informazioni sia sull'andamento della gestione, sia sui singoli affari. La dottrina ritiene che il socio sarebbe legittimato a monitorare le operazioni sociali chiedendone notizia sia nella loro fase iniziale che nel corso del loro evolversi, e che le richieste possano essere formulate senza particolari formalità e limiti temporali, non solo in occasione delle assemblee sociali, ma in qualsiasi tempo.

Il secondo aspetto in cui si estrinseca il diritto de quo, è una forma di controllo "diretto" in quanto consiste nella facoltà riconosciuta ai soci di «consultare anche tramite professionisti di fiducia i libri sociali e i documenti relativi all'amministrazione». Si comprende come l'esercizio del controllo con tale tipo di intervento sia più penetrante ed efficace del cosiddetto controllo in senso stretto, in quanto le garanzie attribuite ai soci nei confronti dell'operato degli amministratori, sono accresciute sia sotto il profilo dell'oggetto del diritto sia sotto quello delle modalità di esercizio. Per quanto riguarda i documenti consultabili, rispetto alla previgente normativa portata dall'art. 2489 c.c., che limitava il controllo solo ai "libri sociali", ora il riferimento dell'art. 2476

c.c. novellato ai documenti relativi all'amministrazione, consente una lettura estensiva della norma non solo per uniformarsi alla analoga regola dettata per le società semplici, ma per la ampiezza dell'espressione usata dal legislatore «diritto di consultare i libri sociali e i documenti relativi all'amministrazione», sicché la funzione assoluta da tale diritto perderebbe la sua valenza se la facoltà di consultare fosse limitata.

Dottrina minoritaria negherebbe la possibilità di consultare libri e scritture contabili.

Risposta a tale dottrina viene, forse, data dalla circostanza che il diritto di consultazione è rafforzato sotto il profilo delle sue modalità di attuazione perché l'esercizio può essere espletato anche attraverso professionisti di fiducia. L'ambito del quale si estende alla facoltà di compiere una revisione della gestione, ossia il controllo dell'attività degli amministratori, ciò che nella disciplina ante-riforma era riconosciuta solo ai soci che rappresentavano un terzo del capitale sociale e una sola volta all'anno.

Per una parte della dottrina, il contenuto normativo del comma 2° dell'art. 2476 novellato rappresenterebbe una minaccia per l'esistenza stessa del tipo di società a vantaggio della scelta di una società per azioni con amministratore unico, per le ingerenze dei soci negli affari sociali. Si ritiene, infatti, che l'art. 2476 c.c. contenga un gruppo di norme delicatissime che conferirebbe a ogni socio, indipendentemente dall'entità della sua quota di partecipazione, diritti di portata così ampia e di incidenza così penetrante capaci di «scardinare la tradizionale dialettica tra maggioranza e minoranza, tra amministratori e soci non amministratori, e da esporre la maggioranza, gli amministratori, la società stessa a iniziative insidiose e ricattatorie da parte di soci marginali che non hanno nulla da perdere».

Cruciani è
un marchio:
D.O.C.
International Italian Capital



E C C E L L E N Z E D A L L ' U M B R I A



Arredo Tessile



Vini



Cashmere

**Orario
Continuato
9,30>19,30**

**Domenica
Aperto**

Cruciani

NOCERA INFERIORE (Sa) Loc. Fosso Imperatore Lullo n. 7° Str. Prov. Salerno Tel. 081 43 70 17

Credito & Finanza



PIA NETWORKING AL VIA IL BANDO SPERIMENTALE

Il MAP pubblica la circolare dei progetti riservati alle aggregazioni di imprese

ANTONIO SQUILLANTE

Progetto Arcadia S.r.l. - Dottore Commercialista antonio.squillante@progettoarcadia.com

Con uno stanziamento di 60 milioni di euro, il Ministero delle Attività Produttive (MAP) ha dato il via al primo bando sperimentale denominato PIA Networking (Progetti Integrati di Agevolazioni) previsto dalla Misura 2.1 c del PON Sviluppo Imprenditoria Locale 2000-2006. L'intervento finanzia i progetti presentati da aggregazioni di PMI che rientrano nelle seguenti azioni progettuali:

- Progetti tipo A: valorizzazione dell'offerta turistica;
- Progetti tipo B: accrescimento della competitività del sistema produttivo delle PMI attraverso tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- Progetti tipo C: miglioramento delle prestazioni ambientali delle imprese.

Dalla pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale n. 195 del 23/08/05, della circolare MAP n. 946204 del 29 luglio 2005, iniziano a decorrere i 90 giorni durante i quali sarà possibile presentare le manifestazioni d'interesse da parte delle aggregazioni d'impresa.

I beneficiari: la domanda potrà essere presentata esclusivamente da consorzi o società consortili di PMI, già costituiti o da costituirsi. I destinatari finali delle agevolazioni, invece, potranno essere, oltre che gli stessi soggetti proponenti, anche le singole PMI che partecipano al

progetto da questi promosso, e che realizzano materialmente i programmi di investimento.

I progetti: i programmi d'investimento dovranno promuovere spese ritenute finanziabili ai sensi delle seguenti normative:

- legge 488/92, turismo e industria, per gli investimenti materiali e immateriali;
- legge n. 46/82, per gli investimenti di prevalente sviluppo precompetitivo;
- legge 266/97, art. 15, per le operazioni del Fondo centrale di garanzia;
- regolamento (Ce) n. 70/2001, per l'acquisizione di servizi di consulenza.

Gli stessi potranno essere, indifferentemente, comuni a tutte le imprese aderenti al consorzio o alla società consortile proponente, oppure potranno essere relativi a singole imprese, purché siano chiaramente integrati nel progetto complessivo e vi sia il rispetto di determinati requisiti di base quali:

- il coinvolgimento e l'interesse comune alla realizzazione degli investimenti del progetto per tutti i partecipanti;
- l'integrazione funzionale tra i partner;
- la ricaduta comune degli investimenti e la loro essenzialità al buon fine del progetto complessivo;
- il ricorso a combinazioni di almeno due delle diverse forme

di aiuto ammissibili, una delle quali deve obbligatoriamente essere la legge n. 488/1992.

Progetti di tipo A: in tale categoria sono compresi i progetti integrati a carattere multiregionale e multisetoriale, destinati alla realizzazione e/o al potenziamento delle attrezzature e degli impianti per la fornitura di prodotti e servizi, tecnologicamente avanzati, diretti a elevare la qualità dell'offerta turistica. Tra questi, saranno favoriti gli investimenti relativi al settore del turismo nautico che, nel rispetto degli obiettivi di valorizzazione e promozione delle risorse naturalistiche e artistico-culturali del territorio, sono rivolti al potenziamento delle infrastrutture di approdo, darsene e porti turistici già esistenti. Il requisito della multiregionalità sarà considerato soddisfatto, se ogni progetto riguarderà insediamenti che si collocano in almeno tre regioni dell'obiettivo 1.

Progetti di tipo B: in questa categoria rientrano i progetti integrati finalizzati allo sviluppo di reti di distretti digitali, proposti da consorzi o società consortili, costituiti da un minimo di 5 imprese operanti da almeno due anni. I progetti dovranno essere finalizzati all'integrazione delle funzioni aziendali delle imprese partner, attraverso tecnologie digitali che ne facilitino l'operatività rispondendo a fabbisogni



reali, fronteggiando problematiche del sistema territoriale in cui le imprese operano. Nell'ambito di questa categoria, il MAP ha inteso favorire anche l'attuazione del progetto "Reti di distretti digitali nel tessile-abbigliamento" (approvato dal comitato dei Ministri della Società dell'Informazione il 18 marzo 2003).

Progetti di tipo C: in quest'ultima categoria sono ricompresi i progetti integrati finalizzati allo sviluppo sostenibile, proposti da consorzi o società consortili costituiti da un minimo di cinque imprese operanti da almeno due anni, finalizzati al miglioramento delle prestazioni ambientali delle imprese stesse. Tale obiettivo potrà essere attuato attraverso la realizzazione di determinate categorie di investimenti nell'ambito delle tematiche individuate nell'avviso pubblico: acqua, rifiuti, energia.

Le spese ammissibili e la misura degli aiuti: l'ammissibilità delle spese e il contributo spettante è determinato dal regime d'aiuto applicabile a ogni tipologia di investimento, così come indicato in tabella. Resta, in ogni caso, ferma la possibilità da parte del MAP, di stabilire agevolazioni inferiori a quelle massime consentite dalla normativa comunitaria e che risul-

Tabella - Le spese ammissibili e la misura degli aiuti

| Normativa di riferimento del regime di aiuto | Tipologia di spesa ammissibile | Intensità massime di aiuto |
|--|--|--|
| Legge n. 488/92 | <ul style="list-style-type: none"> - Spese per progettazione e studi; - suolo aziendale; - opere murarie; - impianti, macchinari e attrezzature. | Contributo a fondo perduto: <ul style="list-style-type: none"> - Calabria: 50% ESN +15%ESL; - Altre regioni obiettivo 1 (Campania, Basilicata, Puglia, Sicilia, Sardegna): 35%ESN +15%ESL. |
| Legge n. 46/82 | <ul style="list-style-type: none"> - Spese per il personale dipendente o in rapporto di collaborazione; - strumenti, attrezzature nuove di fabbrica, opere murarie necessarie al programma; - servizi di consulenza, acquisizione dei risultati di ricerca, brevetti e di know-how, diritti di licenza; - spese generali imputabili all'attività di programma; - materiali di consumo. | Finanziamento agevolato nella misura del 60% delle spese ammissibili, eventualmente maggiorato di un contributo alle spese, nella misura tale da consentire il rispetto delle intensità massime di aiuto approvate dalla Commissione Europea in tema di sviluppo precompetitivo, pari al 25% in ESL, e di ricerca industriale, pari al 50% in ESL. |
| Regolamento Ce n. 70/2001 | <ul style="list-style-type: none"> - Consulenze per l'elaborazione di nuovi modelli gestionali, organizzativi e funzionali; - spese per la raccolta e diffusione di informazioni e conoscenze all'interno del network di PMI partecipanti al progetto; - consulenze specialistiche rivolte a massimizzare l'efficienza e l'efficacia del progetto; - consulenze per l'innovazione informatica e per la diffusione dell'e-business. | Contributo a fondo perduto pari al 50% ESL dei costi per i servizi sostenuti. |

tino compatibili con il piano di copertura finanziaria del progetto. Una disciplina dettagliata è prevista per le spese relative all'acquisizione dei servizi di consulenza per le quali l'ammontare dell'aiuto lordo è pari

al 50% dei costi per servizi stessi. La circolare specifica, al riguardo, che i servizi di consulenza sono ammissibili solo se strettamente funzionali alla realizzazione dei progetti di cui alle tipologie A, B e C. ■



Degustazioni di vini e formaggi pregiati.
 Disponibile per pranzi e cene aziendali.
 Aperto anche a pranzo.
Sea Studio Ascoli
 prodotti della Maremma

Tel. prenotazioni: 089 30 31 30

Osservatorio ISPEL



LA NUOVA STRATEGIA DI PREVENZIONE I FONDAMENTI SOCIO CULTURALI

Il processo giusto per garantire l'equilibrio tollerabile tra sviluppo e sicurezza

GIUSEPPE MULÈ

Dirigente Tecnologo - Direttore Dipartimento ISPEL di Brescia ispe-sl-bs@ispe-sl.191.it

Spesso nel linguaggio corrente e, ahimè, quasi sempre nei provvedimenti di attuazione di tutte le direttive comunitarie di settore, dalla direttiva Severo alla 626, alla PED, ecc., i termini pericolo e rischio vengono utilizzati quasi come sinonimi. Ancora più spesso il vocabolo sicurezza viene adoperato in contesti nei quali il termine corretto da usare sarebbe "livello tollerabile di rischio". Questa relativa nonchalance con cui si usano i termini sopra riportati testimonia la difficoltà con cui l'Italia metabolizza la grossa epocale discontinuità in termini culturali, economici, sociali, etici, politici rappresentata dalla differenza concettuale, e in senso stretto, tra pericolo e rischio. In un scenario in cui molti fattori hanno assunto dimensione globale, i due vocaboli indicano in tutto il mondo industrializzato il cambio di strategia rispetto al tema della salvaguardia della vita e della salute della persona nei luoghi di lavoro. Con strategia di prevenzione si indica il processo con cui si intende perseguire l'obiettivo di realizzare un sistema capace di stimolare e utilizzare le proprie risorse, trasformandole in opportunità di sviluppo e, nel contempo, di controllare i pericoli che da quelle realizzazioni possono derivare. Strategia introdotta, legittimata e ormai cristallizzata dalle direttive comunitarie, dai relativi decreti di attuazione, e, infine, dalle norme internazionali. Tale strategia poggia su due idee chiave interdipendenti e complementari oggettivamente universalmente accettate. La prima, di carattere socio economico, secondo la quale la crescita economica e civile di un sistema, la stessa sua stabilità politica, sono legate al suo sviluppo tecnologico e alla capacità di modernizzazione del suo tessuto di ricerca e industriale. Idea che trae origine e legittimazione culturale da molti studi tra i quali meritano essere citati:

- quelli condotti da Robert M. Solow, un professore di economia del MIT che ha ricevuto il premio Nobel per gli studi volti a ricercare i fattori che

determinano lo sviluppo economico di un sistema, che individua, nell'avanzamento tecnologico, il suo fattore trainante.

- quelli compiuti da Kenneth Bollen e Robert Jackman sui sistemi democratici meglio funzionanti che dimostrano che lo sviluppo economico di un sistema ha conseguenze significative sulla democrazia politica anche quando si prendono in considerazione fattori non economici. Corollario conseguente è che lo sviluppo tecnologico, i trasferimenti e le realizzazioni industriali sono il fattore primo dello sviluppo economico ed elemento insostituibile di progresso industriale economico civile e sociale. Il progresso tecnologico e industriale è, quindi, irrinunciabile.

La seconda idea chiave è la centralità dell'uomo, la sua sacralità, il non eludibile, non alienabile suo diritto-dovere, almeno per tutta la cultura occidentale, alla vita e alla salvaguardia della salute. La protezione della salute delle persone, la prevenzione degli infortuni, la salvaguardia della vita e dell'ambiente è quindi valore irrinunciabile per tutte le culture, e per quella occidentale in particolare. Su queste due idee portanti si fonda la conclusione che lo sviluppo industriale, fattore primo di crescita economica, deve essere reso possibile, stimolato e favorito, perché foriero di avanzamento economico, civile e sociale, ma, anche controllato in modo da risultare compatibile con il rispetto per la persona umana, con l'esigenza di salvaguardare la sua vita, la sua salute, l'integrità, il benessere psico-fisico.

Queste due esigenze, che nel passato si sono poste spesso come elemento di contrapposizione, hanno registrato nell'ultimo ventennio un continuo processo di compenetrazione. L'equilibrio tra esigenze di sviluppo e salvaguardia della incolumità delle persone deve derivare allora non più da una dialettica tra soggetti antagonisti (la sicurezza non è ostativa al processo industriale) ma da una affermazione della ricerca di condizioni accettabili e

tollerabili di sicurezza come principio e cultura che contribuisce allo sviluppo in modo cogenerativo con i processi di modernizzazione.

In questa fase storica del mondo nella quale il sistema di produzione è rimasto senza sistemi alternativi dialetticamente contrapposti, il ruolo della cultura della sicurezza (e del rispetto dell'ambiente) diventa quello di porsi come principio dialettico capace di avviare un processo di modernizzazione continuo, nel solco della tradizione e del sistema occidentale. Questo vuol dire, in buona sostanza, che, se gli sviluppi e i progressi tecnici e le relative realizzazioni introducono elementi di pericolo, essi non devono per questo solo fatto essere banditi. Quei pericoli vanno studiati, messi in rapporto ai possibili incidenti e ai danni che ne possono derivare, e, se possibile eliminati, o, in caso contrario, se i vantaggi derivanti da quelle realizzazioni sono ritenuti irrinunciabili, occorrerà stimare i rischi rappresentati da quei danni ipotizzati e dalla probabilità che questi possano determinarsi e ridurre quei rischi a livelli tollerabili. Il problema da risolvere allora non è quello di determinare condizioni di assenza di pericolo e di sicurezza assoluta e astratta in una società industrializzata, ma quello di individuare condizioni di rischio tollerabile a fronte di vantaggi stimabili. In Europa e in Italia tutto il sistema politico e produttivo ha incorporato questo principio, o se si vuole questa moderna strategia di prevenzione. Il sistema politico lo ha fatto in molti modi e con una serie di provvedimenti il più rappresentativo dei quali penso possa essere la decisione dei capi di governo della Comunità Europea che hanno stabilito, a Lisbona, l'obiettivo di fare di questa Europa, entro questo decennio, l'economia più competitiva e dinamica del mondo attraverso lo sviluppo tecnologico in un contesto di coesione sociale. Le associazioni imprenditoriali hanno sezioni sempre più numerose qualificate e organizzate che si occupano esclusivamente di sicurezza e ambiente. I movimenti e le associazioni sindacali hanno maturato una presenza di pressione argomentata, competente, consapevole. Le conoscenze sono migliorate, i fenomeni si precisano, le legislazioni diventano sempre più chiare, definite, esplicite e dettagliate; i poli tradizionali della ricerca scientifica hanno iniziato e incrementano sempre di più i lavori su ricerche indirizzate a fornire basi e strumenti scientifici alle esigenze di sicurezze; le so-

cietà di ingegneria e le imprese incorporano prevenzione e sicurezza nelle tecnologie di processo e di produzione di macchine e impianti, le tecniche e i sistemi per la gestione della sicurezza sui luoghi di lavoro cominciano ad essere compresi e attuati. Questa crescita di cultura della sicurezza ha dunque prodotto significative variazioni in molti campi. In altre situazioni, però, non si sono ancora determinati i necessari aggiornamenti e aggiustamenti. Alcuni dei ritardi che si registrano in Italia sono forse frutto della frattura che spesso si registra nel nostro sistema nel quale le grandi e nobili aspirazioni sono tradotte in intuizioni illuminate, in provvedimenti legislativi generosi che, però, altrettanto spesso sono mediocrementemente realizzati. Anche in Italia si sono verificati quei processi di incorporazione prima evidenziati ma, sul piano pratico, in vari casi il miglioramento che ne dovrebbe conseguire è ancora in parte da registrare. In alcuni punti nodali del sistema che deve garantire l'equilibrio tollerabile tra sviluppo e sicurezza, in questi anni non si sono avuti tutti i grandi decisivi avanzamenti che ci si aspettava e molto resta ancora da fare.

Chi scrive pensa che occorra intervenire almeno su questi punti: la mancanza di chiarezza negli obiettivi quadro; i contenuti e gli strumenti della nuova strategia; l'introduzione di procedure e tecniche corrette di studio per l'individuazione dei pericoli, la valutazione dei rischi, la gestione del rischio residuo; la determinazione del significato proprio del concetto di responsabilità almeno in questo ambito; la formazione; la gestione efficace delle informazioni; un rendimento insufficiente della dialettica interna al sistema; la mancanza di chiarezza sulle funzioni di controllo; il rendimento istituzionale insufficiente della Pubblica Amministrazione nelle sue diverse articolazioni.

Dare un contributo decisivo alla soluzione di questi problemi costituisce l'obiettivo specifico dell'I.S.P.E.S.L. che nella salvaguardia della vita e della integrità delle persone nei posti di lavoro ha il suo principale compito istituzionale e la ragion d'essere. Obiettivo che persegue con determinata volontà di aggiornamento in tutte le sue attività, dalla ricerca alla redazione di guide, dall'informazione alla formazione, dall'assistenza alle imprese, ai controlli di adeguatezza degli impianti e dei luoghi di lavoro, attività questa che non può non essere svolta che da organismi pubblici. ■

Report



URAGANO KATRINA E "CICLONE" PUNTO I SONDAGGI CI RILEVANO SOLIDALI E OTTIMISTI

I fatti che hanno travolto l'opinione degli italiani

ENRICO RUSSO

Consulente Istituto Piepoli S.p.a. - Innovative Research enricorusso@istitutopiepoli.it

C'è un solo grande e tragico evento che ha catalizzato l'attenzione dell'opinione pubblica italiana nella settimana dal 29 agosto al 5 settembre in ben il 73% dei casi: le notizie, in progressivo crescendo quanto a drammaticità, sulle conseguenze dell'uragano Katrina a New Orleans. Tutto il resto appare nettamente in secondo piano, anche se certamente non irrilevanti sono state le notizie sui circa 1.000 morti in Iraq per l'ondata di panico che ha travolto una folla di pellegrini sciiti (7%), o i ripetuti roghi di case di immigrati a Parigi (6%). Con percentuali più limitate (3%) compaiono due notizie che per diversi aspetti hanno destato interesse: la prima è il divieto di accettare la donazione di sangue opposto a un omosessuale a Milano, la seconda è la notizia sull'allarme lanciato dalla FAO sul virus dei polli, il farnetizzato H5N1, che potrebbe diventare una vera e propria pandemia, ma su cui per il momento l'opinione pubblica appare ancora poco sensibilizzata. Le notizie provenienti da New Orleans hanno indubbiamente colpito in una sorta di escalation negativa l'opinione pubblica italiana. Che cosa in particolare? Innanzitutto il numero dei morti, saliti dalle poche decine inizialmente dichiarate, alle varie centinaia cui pian piano si è

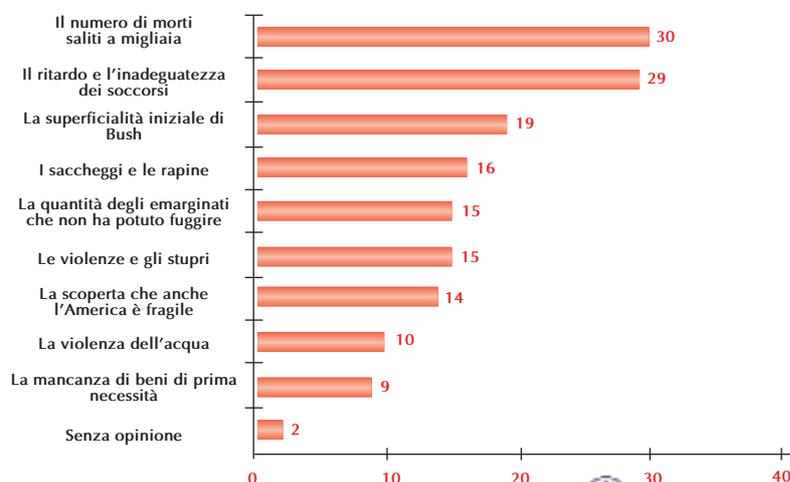
giunti (30% degli intervistati indica questo aspetto come quello da cui è stato colpito di più. Vedi grafico 1). Al secondo posto il ritardo e l'inadeguatezza dei soccorsi (29%), che si stentava a credere potessero verificarsi proprio in una nazione in cui la tecnologia è ai massimi livelli planetari. Ma anche la superficialità iniziale di Bush (19%), i saccheggi e le rapine (16%), le incredibili violenze e gli altrettanto impensabili stupri (15%), la quantità soprattutto dei poveri e degli emarginati che non ha potuto fuggire da New Orleans (15%) e, in definitiva, la disorientante scoperta

che "anche l'America è fragile" (14%). La domanda che abbiamo fatto a questo punto è: si ritiene probabile che un disastro ambientale del genere possa succedere anche in Italia? L'opinione pubblica si divide: 4 italiani su 10 considera probabile l'accadimento di un evento del genere in Italia, contro 6 italiani su 10 che non lo ritengono possibile. Un ottimismo di fondo che è dovuto soprattutto all'autoimmagine dello "stellone" d'Italia, che salva sempre tutto e tutti. Ma quale tipo di disastro ambientale è, eventualmente, ritenuto più probabile in Italia? È interessante notare come ri-

34

Grafico 1

PARLANDO DEI DEVASTANTI EFFETTI PROVOCATI DALL'URAGANO KATRINA A NEW ORLEANS, QUALI DI QUESTE NOTIZIE PERSONALMENTE L'HANNO COLPITA DI PIÙ? (ammesse più risposte)



ISTITUTO PIEPOLI S.p.A.
Innovazione nelle Ricerche di Marketing

Grafico 2

SECONDO LEI LA NUOVA PUNTO POTREBBE RAPPRESENTARE
IL MOMENTO DI SVOLTA POSITIVA DELLA FIAT?

SENZA OPINIONE
10%

Sì
61%



ISTITUTO PIEPOLI S.p.A.
Innovazione nelle Ricerche di Marketing

spunti l'atavica paura del terremoto, che domina nettamente le risposte con un 58% di casi. Infine, come potrebbe comportarsi l'Italia se dovesse capitare un disastro ambientale come quello verificatosi negli Stati Uniti? Da un punto di vista di prontezza e adeguatezza dei soccorsi c'è un certo ottimismo: nel 38% dei casi si pensa che in Italia le cose potrebbero andare meglio, e il saldo tra ottimisti e pessimisti è positivo (+17%). Il saldo diventa poi fortemente positivo parlando di reazioni della popolazione: il 39% ritiene che le cose potrebbero andare meglio in Italia e solo il 13% peggio, con un saldo pari +26%. Insomma, comunque sia, sembrerebbe emergere un notevole senso di angoscia partecipativa nei confronti di ciò che è successo, soprattutto fra la popolazione, a New Orleans, ed è forte la speranza che gli italiani, in un caso del genere, potrebbero contare su una più elevata dose di solidarietà e di umanità. La settimana tra il 5 e il 12 settembre, invece, ha com-

preso un evento che tre anni fa ha sconvolto il mondo: l'attacco di Al Qaeda alle torri gemelle di New York avvenuto l'11 settembre del 2001. Questo evento catastrofico che ha cambiato a tutti la vita si è ancorato profondamente nell'inconscio degli italiani, con conseguente focalizzazione negativa sugli eventi accaduti durante la settimana. Ancora un triste episodio di infanticidio, in una catena che sembra stranamente accumularsi negli ultimi due mesi, scuote l'opinione pubblica italiana nella settimana tra il 5 e il 12 settembre: si tratta della madre di Merano che accoltella il figlio e poi si getta dalla finestra della questura (ben il 43% delle citazioni). Segue un altro evento infuato, e cioè la strage in funivia per un elicottero che ha causato 9 morti in Austria (17% dei casi) e, più distanziati, ancora il caso Fazio e le richieste di dimissioni sempre più pressanti (13%) e il quinto incidente aereo questa volta avvenuto a Sumatra, con un centinaio di morti a bordo e almeno una cinquantina a terra

(12%). Un evento diverso dal solito che ha rallegrato il cuore degli italiani è la rinascita dell'immagine della Fiat legata al lancio della "Grande Punto". Tale evento è comparso con grande rilievo su tutti i media e, a distanza di poco meno di una settimana, ben il 73% degli italiani ha visto o sentito parlare del nuovo modello Fiat. Il risultato è di gran lunga favorevole: complessivamente il 77% di chi ha visto in Tv o sui giornali la Grande Punto la gradisce "molto" o "abbastanza", con una punta dell'81% tra i maschi. L'impressione è anche che davvero questo modello possa rappresentare il punto di svolta favorevole della casa madre torinese, impressione condivisa dalla maggioranza dell'opinione pubblica con il 61% (Vedi grafico 2). Non solo, ma, dovendo acquistare un'auto nuova, ben il 54% degli intervistati dichiara che «si sentirebbe invogliato ad acquistare la Grande Punto», di cui un 15% "molto invogliato" (anche qui con una punta del 17% tra gli uomini e in particolare del 19% tra i giovani dai 25 ai 34 anni). Un'auto dunque che piace anche ai giovani e che sembrerebbe, almeno in termini di sondaggio, lasciar davvero intravedere i prodromi di un riposizionamento della nostra industria automobilistica in netta concorrenza con le case automobilistiche mondiali. ■

Il presente articolo è una sintesi del monitoraggio delle opinioni degli italiani che l'Istituto Piepoli effettua con cadenza settimanale per conto de La Stampa. I sondaggi sono eseguiti secondo il codice deontologico ESOMAR. I risultati sono pubblicati su www.agcom.it.

Privacy



INFORMAZIONI COMMERCIALI E DEBITORIE LA GESTIONE DEGLI ARCHIVI

I database consentono all'azienda di valutare l'affidabilità dei suoi interlocutori

ROSARIO IMPERIALI

Studio Legale Imperiali rosario.imperiali@imperiali.com

In ogni azienda la verifica dell'affidabilità economica dei propri o potenziali clienti è importante quanto la primaria attività di generazione del business. Per questo le banche dati dei "cattivi pagatori" o quelle contro il rischio di frodi sono diffuse in tutti i settori dell'economia. Spesso, accade che le finalità anti-frode e gli scopi di tutela dai cattivi pagatori si mescolino. Prendiamo in considerazione separatamente le due tipologie di archivi, cercando di mettere a fuoco i differenti scopi che in realtà perseguono. Infatti, differenti sono gli impatti privacy. Gli archivi sui comportamenti debitori registrano informazioni che attestano, sulla base degli impegni pregressi, la capacità dei soggetti di adempiere obbligazioni future: consentono dunque all'azienda una valutazione circa l'affidabilità dei suoi interlocutori, in base a parametri tendenzialmente oggettivi e verificabili. Gli archivi anti-frode si basano, invece, su indici presumibili di rischio, privi del carattere dell'oggettività e che necessitano di controlli più approfonditi. Le banche dati sui rischi da inadempimento comprendono, a loro volta, due distinte categorie di archivi: alcuni utilizzati - da banche, società finanziarie e operatori commerciali - in relazione a rapporti di credito, altri adoperati - da qualsiasi fornitore di beni o servizi - per individuare potenziali clienti morosi nei rapporti commerciali in genere. I primi presentano profili di maggiore delicatezza, considerato l'impatto in relazione alla tutela del credito, al sistema

generale dei pagamenti e all'accesso al credito al consumo. Da qui la necessità per il legislatore di differenziare la disciplina:

- degli archivi per la verifica dell'affidabilità nei rapporti di credito e di quelli per il consumo, in particolare;
- delle banche dati per la verifica della consistenza patrimoniale dell'interlocutore.

Se 1) una banca, o una finanziaria, intende concedere un finanziamento oppure 2) un operatore commerciale è propenso a concedere una dilazione di pagamento a un proprio cliente, l'azienda - prima di concedere il credito - verifica se il proprio interlocutore è solito pagare correttamente. Nella ipotesi 1) ciò avviene per legge entro determinati limiti economici, facendo ricorso alla centrale rischi della Banca d'Italia (esposizioni superiori a 75.000 euro) e a quella della SIA (tra 75.000 e 31.245 euro). In entrambi i casi, poiché vi è l'obbligo legale della segnalazione, l'ente finanziatore deve solo fornire l'informativa al debitore interessato, mentre non occorre ottenere il suo consenso al trattamento dei dati. Al di sotto di queste soglie, per le verifiche di affidabilità creditizia nei rapporti commerciali (ipotesi 2), l'azienda può ricorrere a un archivio proprio, oppure a uno centralizzato gestito da un terzo "privato" (detto "centrale rischi" o "SIC").

Consumers Information

Quando la signora Maria si rivolge al "banco fidi" dell'ipermercato per ottenere la rateizzazione del-





TRACI

PREFABBRICATI IN CEMENTO

TRACI S.p.A.
Sede Legale : Via Spineta, 22
Stabilimenti : Via Spineta, 22
Via Brodolini-Zona Ind.
84091 BATTIPAGLIA (SA)

**CAPANNONI
ZOOTECNIA
DEPURAZIONE
MONOBOX
ARREDO URBANO**

www.traci.it

info@traci.it

Tel 0828 671293-4

Fax 0828 671129-673099



l'acquisto della nuova lavatrice, si ha un'operazione di "credito al consumo" (entro il massimale di 31.245 euro). L'ipermercato, prima di concedere la rateizzazione, consulta l'archivio centralizzato del Sistema di Informazioni Creditizie, dove confluiscono i dati attinenti ai precedenti rapporti di credito della signora. Dunque, per fare questo, il supermercato: raccoglie i dati relativi alla signora; trasmette anagrafiche e informazioni sulla rateizzazione al SIC; riceve dal SIC lo stato e il comportamento debitorio della signora. Da parte sua, il SIC aggiunge le informazioni sulla rateizzazione del prezzo della lavatrice a opera della signora, così come ricevute dal supermercato, nel proprio database (SIC) e le rende disponibili per le successive interrogazioni riferite alla signora Maria. Affinché tutto ciò sia legittimo in ottica privacy, occorre che il supermercato:

- chiarisca adeguatamente alla signora le caratteristiche dell'operazione con l'intervento del SIC e la condivisione di tali dati da parte di altri enti partecipanti al SIC (con l'informativa privacy);
- raccolga il consenso della signora affinché quel flusso di informazioni possa coinvolgere il SIC e gli altri enti partecipanti.

Difatti, il consenso della signora risulterebbe non dovuto nel caso in cui i suoi dati fossero raccolti e gestiti unicamente dal supermercato o da altri enti che lavorassero per suo conto. Invece, l'allargamento della "catena" al SIC e agli enti che a esso partecipano, rendono il consenso necessario. A determinate condizioni, espressamente indicate in un provvedimento del Garante, il consenso non è dovuto solo se le informazioni trasmesse e gestite dal SIC riguardano unicamente eventi negativi del rapporto di credito.

Business information

Nel caso in cui un'azienda, intenda raccogliere informazioni commerciali su un proprio cliente, for-

nitore o un partner, quali saranno gli adempimenti privacy? Volume di attività, fatturato, protesti, procedure concorsuali in atto, sono tutti dati che un'azienda ha bisogno di acquisire prima di avviare rapporti commerciali con nuovi clienti o fornitori. In ottica privacy è opportuna una preliminare distinzione a seconda che si tratti di: un'azienda "cliente" del Cerved o una società che rilascia informazioni commerciali, cioè un'azienda specializzata, appunto, nella raccolta e vendita di queste informazioni.

- 1) Per l'azienda che "compra" le informazioni, l'unico adempimento privacy necessario è l'informativa. Essa è dovuta anche nel caso in cui le informazioni riguardino altre aziende e può essere data anche all'inizio del rapporto con il fornitore, cliente o partner. La raccolta del consenso non è necessaria perché queste informazioni riguardano "attività economiche"; non occorre la notificazione al Garante, né un'autorizzazione dell'Autorità.
- 2) Per le società che della "vendita" di queste informazioni fanno il proprio business, oltre a fornire l'informativa, sarà necessario seguire le evoluzioni normative, perché fra breve un codice di deontologia privacy definirà: modalità semplificate per l'informativa; meccanismi per garantire qualità ed esattezza dei dati; termini armonizzati di conservazione dei dati.

Per una società che intenda acquisire informazioni da queste aziende specializzate, nell'attesa del codice di deontologia, sarà opportuno farsi garantire contrattualmente dai fornitori di "informazioni commerciali": che l'informativa è stata da loro rilasciata al soggetto indagato e che i dati forniti sono esatti e aggiornati. La funzione di questa garanzia contrattuale è quella di porsi al riparo da inadempimenti o inesattezze imputabili al fornitore dei dati. ■

via fontanele
84025 eboli, sn
0828 392440 tel
0828 361552 fax

portfolio / events

www.intavola.com

sulerno
arellino
patenza
caserta
roma

intavola

Edilizia Industriale



LAMPADINE D'ANTIQUARIATO IL FUTURO È DEI LED

Presto cambieremo modo di illuminare i nostri ambienti e le città

STEFANO CASTELLI GATTINARA

Architetto - Studio Castelli Gattinara studio-architettura@castelli-gattinara.it

L'evoluzione tecnologica è, oramai, tangibile in ogni angolo dei nostri ambienti ed è entrata, in modo soft, a far parte del vivere quotidiano. Tra le tante innovazioni una in particolare ha fatto, sotto i nostri occhi, l'intero iter evolutivo assumendo, di volta in volta, aspetti e funzioni diverse. Parliamo dei LED (dall'inglese Light Emitting Diode, cioè diodo a emissione luminosa). La storia di questa fonte luminosa, nelle nostre case, è antica: girando per gli ambienti, senza accendere la luce, ci imbattiamo in diverse fonti luminose colorate, perennemente accese, da quella del televisore a quella della segreteria telefonica, da quella del forno a microonde a quella della radiosveglia, il resoconto ci dirà che siamo circondati da piccoli dispositivi elettronici che rispondono proprio al nome di LED. Questi dispositivi nascono con la vocazione di "spia" luminosa ma oggi stanno per diventare le lampadine del futuro. Nelle nostre macchine questa tecnologia ha già permesso l'eliminazione di lampadine e, come sempre accade nel campo del design e della sperimentazione, alcune componenti sono risultate superflue come ad esempio i riflettori parabolici. Cosa sono, tecnicamente, i LED? Sono schegge di semiconduttori che, attraversati da corrente elettrica, emettono luce visibile. Solo da poco tempo, grazie alla produzione di un LED blu, è stato possibile ottenere una luce bianca, con la combinazione cromatica dei diversi LED. Da qui l'apertura del mondo legato all'illuminotecnica. L'interesse verso questa tecnologia nasce dal risparmio energetico.

Questa fonte luminosa risulta essere 5 volte più efficace nella trasformazione dell'energia elettrica e ha una durata molto elevata (dalle 50.000 alle 100.000 ore in condizioni d'uso ottimali). Paragonandola a una lampadina a incandescenza si arriva a un risparmio dell'80%, a parità di luce emessa, con una durata 10 volte superiore. Vari "Eco Energy Manager" hanno puntato il dito sullo sperpero pubblico di energia utilizzata per segnaletiche o illuminazioni "atipiche". Due esempi mirati possono essere i semafori stradali e le luci votive dei cimiteri. Nel primo esempio, l'uso della tecnologia a LED non solo favorirebbe il risparmio energetico, ma ottimizzerebbe i costi di gestione e manutenzione aumentando la sicurezza (l'emissione luminosa del LED è più intensa e non soggetta al riverbero solare). Nel secondo, invece, abbiamo a che fare con la corrispondenza di un segnale luminoso a un simbolismo cristiano della luce/vita eterna. Pochi di noi si sono soffermati a quantificare le migliaia di microlampadine presenti sulle tombe dei nostri cari, alle quali non viene richiesto di "illuminare". Solo sostituendo la tecnologia, potremmo contribuire in modo sostanziale al risanamento dei bilanci di piccoli paesi, città e nazioni. Il risparmio di energia, ottenibile sui grandi numeri, è notevole. I 6 milioni di semafori degli Stati Uniti consumano ogni anno 500 megaWatt di elettricità, quanta ne consuma nello stesso periodo una città come Milano. Questo consumo potrebbe essere ridotto di due terzi se, alle normali lampadine a incandescenza, si sostituissero i

38

Automazione Industriale
Controllo di processi
Integrazione di Sistemi
Software e Hardware

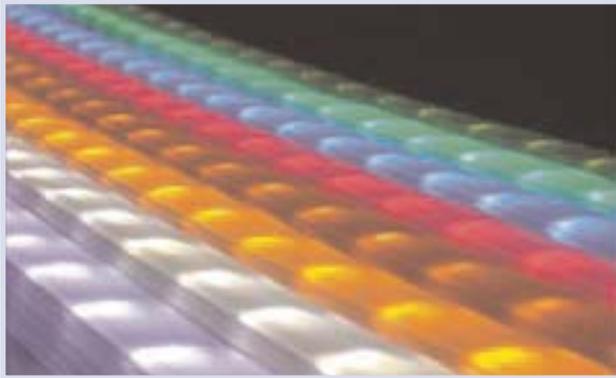
www.battistoni.it

Fisciano (SALERNO)
Telefono: +39 089950977 e-mail: info@battistoni.it



BATTISTONI RESEARCH
AUTOMATION & INFORMATION SYSTEMS

piccole e grandi soluzioni informatiche,
su misura e personalizzate



Tipologia di sistemi a led per illuminazione

LED. I diodi luminosi a semiconduttore consumano, per un segnale rosso, da 9 a 25 Watt in confronto ai 60-150 di una lampadina. I primi semafori a LED a basso consumo sono stati installati sperimentalmente a Philadelphia e in una cittadina della California. Un kit per la trasformazione di un semaforo da lampadine a LED costa fra i 120 e i 300 dollari. La spesa viene compensata in cinque anni con il risparmio di energia elettrica, senza considerare quello sulla manutenzione. L'accordo di Kyoto ha fissato strategie mirate all'obiettivo di ridurre i consumi energetici; il settore dell'illuminotecnica è tra i primi a doversi adoperare per il raggiungimento dei medesimi. In Italia nel 1995 il consumo di energia elettrica per gli usi finali è stato di circa 243TWh, di cui 29TWh (circa il 12%) per l'illuminazione. Di questi 29TWh, circa il 60% è stato utilizzato per il terziario, il 15% nell'industria e infine 7,3TWh, cioè circa il 25%, è stato consumato nel settore residenziale/domestico. È proprio in quest'ultimo comparto che il margine per la riduzione dei consumi può essere maggiore: si stima, infatti, che più del 97% del consumo sia dovuto a un parco lampade a incandescenza (dati sui consumi, fonte ENEL). In base alla direttiva 98/11CE, in vigore dal 2001, le lampade elettriche alimentate direttamente dalla rete

e quelle fluorescenti per uso domestico, anche se commercializzate per uso non domestico, devono essere contrassegnate sull'imballo da un'etichetta EEL (Energy Efficiency Label). Tale etichetta, già in uso per alcuni elettrodomestici, permette una facile e immediata identificazione dell'efficienza energetica delle sorgenti luminose, in modo che il consumatore possa avere un parametro efficace per la scelta delle stesse. Da previsioni fatte, la tecnologia e l'impiego di fonti luminose ad alta efficienza su base LED avrà, nei prossimi anni, uno sviluppo pari a quello della componentistica dei computers. Per concludere, possiamo identificare il LED come la fonte luminosa del futuro date le sue caratteristiche sintetizzabili in efficienza luminosa elevata e ridotti consumi: già oggi 40 Lumen/Watt (lampade a incandescenza: 10-12 Lumen/Watt), con aspettative di crescita sino a 120 Lumen/Watt; estrema robustezza e durata praticamente illimitata (oltre 100.000 ore di vita contro le 5-10.000 ore delle lampade a incandescenza), il che consente un drastico taglio dei costi di sostituzione e manutenzione; impatto ambientale nullo (assenza di sostanze tossico/nocive nei componenti quali gas/vapori di mercurio, sodio, ecc.); massima sicurezza fisica (alimentazione in bassa tensione c.c.) ed elevatissime velocità di accensione (100 nanosecondi) e di regolazione luminosa in dimmeraggio; assenza di emissione di radiazione termica e ultravioletta: nessun danno mutageno sia alle persone che alla pigmentazione monumentale e artistica illuminata; gamma pressoché infinita di colori e di "temperatura di colore" generabili (16,7 milioni di colori, totalmente gestibili attraverso programmazione elettronica software): ciò consente di ottenere (oltre alla tonalità cromatica eventualmente richiesta dalla Soprintendenza ai Beni Culturali per l'edificio illuminato) specifici effetti cromatici, eventualmente "evocativi" in particolari periodi dell'anno (a esempio color bianco/oro nelle festività natalizie, tricolore nelle festività civili, ecc.). ■



Banca della Campania^{s.p.a.}

GRUPPO BANCARIO 5327-8 Banca popolare dell'Emilia Romagna

www.bancacampania.it

Al servizio delle famiglie e delle imprese con una capillare presenza in Campania

200.000 clienti - 15.000 soci - 1.000 dipendenti - 96 filiali in Regione

Unione di Avellino

LO SVILUPPO DELLA FILIERA "AUTOMOTIVE" FMA E IRISBUS, ECCELLENTI REALTÀ

Il Presidente dell'Unione di Avellino indica le strategie utili a innalzare la competitività del territorio

di Filomena Labruna

Fma e Irisbus, due realtà di eccellenza della provincia irpina. Il presidente dell'Unione Industriali della Provincia di Avellino, Silvio Sarno, si era già soffermato sull'importanza della filiera "automotive" in un intervento nell'ambito dei sessant'anni in Irpinia delle Acli, sottolineando come l'unità d'intenti da parte degli attori del territorio siano imprescindibili per rilanciare il processo di crescita.



SILVIO SARNO
Presidente Unione Industriali della
Provincia di Avellino

Le recenti notizie positive riguardanti la Fiat, le nuove produzioni e il ruolo strategico degli stabilimenti irpini, sono successi da lei annunciati. Ritiene che siano il simbolo della ripresa dell'intera economia?

Certamente sono fattori rilevanti per la nostra provincia che evidenziano una vivace propensione all'investimento da parte della casa madre torinese e costituiscono un segnale di riconoscimento per il lavoro del management e degli operai impegnati negli stabilimenti irpini. Come Presidente degli Industriali avevo già affermato che consideravo strategico completare il quadro degli interventi per sostenere la filiera automotive e agroalimentare, che caratterizzano sempre di più l'economia della provincia, insieme al settore dell'informatica, che sta prendendo ogni giorno più consistenza. La qualificazione delle eccellenze è un elemento base da cui parti-

re per individuare percorsi finalizzati a innalzare la competitività del territorio.

Quali sono le altre direttrici da seguire per contribuire alla crescita della provincia?

Bisogna far leva su due cardini della politica dello sviluppo, arricchendo il sistema economico provinciale di nuove dotazioni produttive, di servizio e infrastrutture. Razionalizzando l'esistente e ponendolo in condizioni di esprimersi a maggiori livelli di sviluppo. Il turismo, i servizi e l'agricoltura, ad esempio, sono settori fondamentali che devono integrarsi tra loro. E non si può comunque disperdere l'opzione industriale e manifatturiera perché l'industria riesce a dare quel contributo al valore aggiunto provinciale che

crea le condizioni della crescita autoprospulsiva.

Dove esistono spazi e possibilità di crescita?

C'è spazio per una più diffusa presenza industriale. Oggi il 30% della ricchezza provinciale dipende dall'industria e dalle costruzioni. Senza, infatti, una consistente presenza industriale renderemo più labile il sistema economico locale.

Da dove provengono le occasioni per intraprendere nuovi percorsi?

Dall'area della Valle Caudina e dall'arianese. Dobbiamo conferire a queste zone l'attrattività necessaria.

Come rafforzare la presenza nei servizi?

È importante insistere sulla scuola di alta formazione da istituire ad Avellino per configurare la città quale sede di eccellenza nel sistema di istruzione e formazione. I tempi ormai sono maturi.

Sono queste le priorità?

Sì, accanto alla necessità di diffondere la cultura d'impresa, di incentivare il trasferimento generazionale nel settore dell'artigianato, di migliorare il rapporto tra mondo produttivo e universitario, tra banche e imprese. Fondamentali anche nuovi investimenti sul fronte dei servizi alle imprese e dell'infrastrutturazione del territorio.

Questa è una nota dolente.

No, perché il disegno organico dei trasporti in Campania è meritevole di attenzione e consenso.



40

Siamo noi a dover rivendicare per tutta l'Irpinia il pieno collegamento con le grandi arterie della mobilità. Maggiore attenzione merita la possibilità di investimenti per riattivare e adeguare la rete ferroviaria Salerno-Avellino e Avellino-Rocchetta, che possono assicurare l'intermodalità dei traffici e il collegamento con i fondamentali assi a lunga percorrenza tirrenica e adriatica. Proprio per quanto riguarda la tratta Avellino-Rocchetta ho espresso la mia piena condivisione alla battaglia avviata dai sindaci della zona per sollecitare interventi di potenziamento. Anche attraverso le ferrovie possiamo sostenere la centralità del territorio interno della regione ed essere partecipi dell'auspicato sviluppo del Mediterraneo.

Per razionalizzare l'esistente, cosa va programmato?

Esistono due strumenti da completare: il contratto d'area indispensabile per chiudere il processo di industrializzazione nelle aree del cratere, e i distretti industriali, Solofra e Calitri, approvati dalla

Regione Campania che devono decollare. Sul primo voglio ricordare che, nonostante la stasi dell'economia, al recente bando integrativo sono stati presentati circa 40 progetti industriali di cui oltre la metà fanno capo a imprenditori che già operano in provincia. Segno di una notevole effervescenza imprenditoriale.

Come sciogliere il nodo dei servizi pubblici locali?

È un tema delicato sul quale la posizione convergente deve ancora maturare. Sono convinto che sul campo del rapporto pubblico-privato si giochi la partita della maggiore competitività dei sistemi locali. La gestione dei servizi pubblici al Nord restituisce al territorio ricchezza e tariffe adeguate.

Cosa accade invece al Sud?

Nel Mezzogiorno la gestione delle utilities assorbe risorse, la tariffazione sta assumendo livelli consistenti e gli investimenti per l'ammodernamento della rete sono limitati. Nell'ambito dei servizi, nuovi mercati possono aprirsi per alzare il tenore imprenditoriale

della provincia. La gestione dei servizi ci offre la storica occasione di realizzare quel principio di sussidiarietà orizzontale introdotto nella nostra Costituzione. Sull'applicazione della sussidiarietà è all'opera l'intero gruppo parlamentare, che pone questo principio al centro delle strategie per ridare fiducia e slancio all'economia. È interessante anche per noi ritrovarci su questa impostazione illustrata dal documento presentato al meeting di Comunione e Liberazione, svoltosi a Rimini.

Cosa si sente di dire ai giovani che vogliono intraprendere l'attività autonoma?

Di non scoraggiarsi, perché gli ostacoli non sono insormontabili. Disponiamo di immobili industriali non utilizzati. Occorre particolare impegno nella gestione immobiliare delle fabbriche che possono essere reinserite nel circuito economico, e quindi favorire la nascita di microimprenditorialità. Anche in questo caso è necessario l'impegno comune da parte di tutti gli attori del territorio.

Vendere di più è Facile

Noi di EISE possiamo

metterVi in contatto con clienti e agenti che hanno un concreto, effettivo ed immediato interesse all'acquisto e/o alla rappresentanza proprio dei Vostri prodotti.

Non correte il rischio di sbagliare, perché
procurare con poco tanti nuovi clienti e agenti su misura presto e ovunque è il nostro mestiere dal 1954!

Diteci cosa volete vendere, e dove, telefonando a

800-860056



International
Business Contacts



Unione di Avellino

UNA NUOVA PRODUZIONE DI PRESTIGIO IL "NEW DOMINO" TARGATO IRPINIA

Il superbuss turistico verrà prodotto nell'ambito di un piano di investimento di 20 milioni di euro

di Patrizia Pennacchia

La notizia è stata accolta con grande entusiasmo dai rappresentanti politici, istituzionali e sindacali: il "New Domino", nuovo superbuss turistico della Irisbus, azienda del gruppo Fiat, verrà prodotto in Irpinia. Una scelta aziendale che è stata annunciata ufficialmente nel corso di una visita presso lo stabilimento ufitano dall'amministratore delegato di Irisbus, Giuseppe Amato. IRISBUS è la società dell'IVECO che sviluppa tutte le attività di progettazione e di produzione di autobus del gruppo ed è attiva in tutti i settori, e cioè trasporti pubblici, di linea e da turismo. La sua quota europea nel 2004 è stata del 25,7% confermando la posizione di co-leader. In Italia Irisbus è leader indiscusso del mercato con oltre il 46% di quota complessiva. L'A.D. Giuseppe Amato illustra tutti i programmi del gruppo, con particolare riferimento a quelli che riguardano lo stabilimento irpino.

Quali i punti di forza che vi hanno consentito di raggiungere in Italia una posizione di vertice, con il 46% di quota complessiva sul mercato?

Credo che si sia rivelato fondamentale il nostro costante impegno nella ricerca tecnologica, finalizzato a realizzare veicoli sempre più affidabili, confortevoli



GIUSEPPE AMATO
Amministratore Delegato IRISBUS

volanti e rispettosi dell'ambiente. A conferma di tutto ciò mi piace ricordare che il primo e ancora unico prototipo di autobus a idrogeno circolante in via sperimentale in Italia, è un CityClass di nostra produzione.

Quali sono le cifre sotto il profilo commerciale nel settore del metano? Riscontrate sufficiente attenzione da parte delle amministrazioni comunali?

Posso dire abbastanza, anche se l'interesse dimostrato dai comuni è in graduale e continua crescita. Con gli autobus a gas naturale l'Irisbus è leader, con un venduto di 3.000 autobus a livello europeo, di cui circa 1.000 in Italia, e un'offerta che spazia dai minibus ai veicoli più articolati. A marzo di quest'anno, Irisbus ha firmato il contratto più ambito per gli au-

tobus CNG, mai aggiudicato finora in Europa: 400 autobus a gas naturale per la città di Roma.

Quale ruolo riveste in questo scenario così prestigioso lo stabilimento di Valle Ufita?

Posso affermare con orgoglio che consideriamo l'azienda irpina uno dei presidi di eccellenza della produzione Irisbus Iveco. Anche sotto il profilo occupazionale si tratta di un "gioiello". Oltre che occupare 1.000 addetti diretti, ha creato un consistente indotto locale di 60 aziende nel centro sud, di cui circa 40 nella sola Campania con altri 1.000 dipendenti.

Come si è evoluta la produzione nell'azienda di Flumeri? Tuttora risponde sotto il profilo dell'innovazione tecnologica alle esigenze di mercati sempre più competitivi?

Questo stabilimento è passato negli anni dalle tradizionali linee di montaggio alla produzione a moduli per migliorare la risposta produttiva alle esigenze del mercato. Inoltre ha ottenuto tutte le certificazioni, quali ISO 9002 e ISO 9001:2000 che fa riferimento al sistema di gestione per la qualità attraverso l'approccio per "processi" e, inoltre, da inizio 2004 ha ottenuto la certificazione "ambientale" ISO 14000, riservata per il momento a pochi insediamenti produttivi nazionali.

Perché considerate lo stabilimento irpino un presidio di eccellenza?

In questo impianto produciamo veicoli del segmento "urbano", da 10,8 - 12 e 18 metri auto-snodati, sia a metano sia diesel di nuova generazione, e veicoli "interurbani di linea e da turismo". Una produzione di prestigio.

Quali i vostri programmi per l'azienda di Flumeri? Tempi brevi di attuazione?

Posso confermare che esiste l'impegno di investire ancora e guardare avanti con ottimismo e fiducia. Nel corso dell'incontro presso lo stabilimento irpino abbiamo avuto la possibilità di conoscere alcuni rappresentanti istituzionali che ci hanno espresso l'impegno di voler valorizzare le realtà produttive forti. E l'azienda irpina è certamente un patrimonio industriale da potenziare.

Ci sono prospettive certe in questo senso?

Senza alcun dubbio e lo abbiamo comunicato in maniera chiara. Entro il 2006 termineremo

un piano di sviluppo che ci porterà a 20 milioni di euro di nostri investimenti complessivi. In questo modo introdurremo la produzione dei nuovi modelli di autobus da "Granturismo" e, cosa di eccezionale rilievo, realizzeremo un grande impianto di cataforesi che ci consentirà di effettuare autonomamente un trattamento anticorrosione temprando carrozzerie rigide fino a 15 metri di lunghezza. E proprio a partire da Valle Ufita, applichiamo la nostra ricetta: "Prodotti sempre più innovativi, affidabili, rispettosi dell'ambiente in linea con le esigenze della clientela. Portiamo in Irpinia una produzione di prestigio che va ad aggiungersi a quella tradizionale di mezzi per il trasporto urbano ed extraurbano. Stiamo completando l'ultima fase del programma di investimento sugli impianti che consentirà l'avvio della produzione secondo le scadenze prestabilite.

Quali sono in sintesi i vostri obiettivi, considerando gli scenari mute-

voli e le esigenze delle città, dai piccoli capoluoghi alle metropoli?

Proporremo veicoli "cittadini", adeguati ai nuovi bisogni degli utenti e degli operatori del trasporto pubblico: questo è uno dei principali temi che guidano la strategia Irisbus. È attraverso un design gradevole e funzionale e all'ottimizzazione dell'accessibilità che Irisbus intende soddisfare le più esigenti aspettative di ciascuno di noi in fatto di miglioramento della qualità della vita. I veicoli devono essere sempre più integrati e inseriti nell'ambiente. Ci impegneremo per questo. Un risultato che viene raggiunto non solo attraverso la riduzione delle emissioni gassose, ma anche con l'abbattimento dell'inquinamento acustico, grazie alla migliore insonorizzazione e all'utilizzo di nuovi propulsori; e non da ultimo con il miglior inserimento visivo del veicolo nel contesto urbano, attraverso l'utilizzo di un design evoluto con linee fluide e forme arrotondate.

PRAGMA
 Holding

entra nel
mondo PRAGMA!

i servizi Pragma:
ISO 9001 VISION 2000
ISO 14001 / EMAS
MARCATURE DI PRODOTTO CE
MARCATURA UNI
ENERGY BOX
PRIVACY

PARIGI, MILANO, BOLOGNA, COLLEFERRO, CASERTA
Segreteria Italia: Tel. 06 452 145 50 - Fax 06 45214559
www.pragmaholding.com - direzione@pragmaholding.com

Unione di Avellino

FMA, IL MOTORE DELL'IRPINIA LA PRODUZIONE PER LA GRANDE PUNTO

I modelli al top della vettura allestiti con i propulsori dell'azienda di Pratola Serra

di Dario Lauri - Responsabile Personale FMA

Siamo pronti alla nuova sfida. Con la produzione dei motori di grossa cilindrata della Grande Punto, considereremo e incrementeremo i risultati raggiunti. Far parte di questa grande operazione della casa madre torinese rappresenta un riconoscimento per le professionalità e il lavoro svolto dai nostri addetti e collaboratori di altissimo livello. La FMA è uno stabilimento del Gruppo Fiat strutturato, come lo storico Lingotto, su due piani di produzione: il primo per le lavorazioni e il secondo per il montaggio. Qui si producono i motori di classe medio alta in versioni benzina e diesel. A questa categoria appartiene il moderno JTD che adotta un sistema di iniezione diretta ad alta pressione, progettato e sviluppato nel Centro Ricerche Fiat. L'organico dello stabilimento è di 1655 risorse, di cui 204 impiegati e 1451 operai, con un'età media di 33 anni e una cultura di base di tutto rispetto. Più del 65% delle risorse ha un diploma di scuola media superiore. Il 75% del capitale umano proviene dalla provincia di Avellino. Il personale femminile presente in azienda è pari al 12% della forza totale. Fma produce motori per tutti i modelli del Gruppo Fiat (Fiat, Alfa Romeo, Lancia) e per alcuni modelli Opel e Saab, per oltre 150 varianti e per una capacità produttiva a pieno regime di 2700 motori al giorno, impiegati su Punto, Stilo, Multipla, AR 166, AR 156, AR 147, Thesis, Lybra e, per GM Europe, su vetture Opel (Vectra, Astra e Zafira) e su Saab 9.3. Sono vetture di prestigio che necessitano di alte prestazioni e grinta, e quindi di impiegare motori con caratteristiche specifiche per ciascun marchio. La produzione FMA comprende i motori benzina e diesel di 4 e 5



Lo stabilimento FMA di Pratola Serra (AV)

cilindri, di 2 e 4 valvole per cilindri, con cilindrata 1598cc, 1747cc, 1910cc, 1970 cc, 1998cc, 2387cc e 2446cc. Oltre agli stabilimenti Fiat ubicati sul territorio italiano (Pomigliano, Cassino, Termini Imerese, Melfi e Mirafiori) ed estero (Turchia e Brasile) FMA annovera tra i suoi clienti anche gli Stabilimenti Opel della Gran Bretagna (Ellesmere Port), del Belgio (Antwerp) e della Germania (Bochum e Russelsheim) e lo Stabilimento Saab svedese di Trollhattan. E oggi anche la Grande Punto sarà equipaggiata con motorizzazioni FMA. Sono previste motorizzazioni Diesel 1910cc 8 valvole (Euro 4) da 120 e 130 cavalli per circa il 3% della produzione totale. L'organizzazione basata sul lavoro di gruppo e il coinvolgimento delle risorse, insieme alle moderne attrezzature, permettono elevati standard qualitativi, tanto da ottenere la Certificazione Iso Ts 16949. Non meno importante è l'attenzione di FMA per l'ambiente, e, in coerenza con questa politica, è stata conseguita la Certificazione Iso 14001. Un altro riconoscimento, a livello internazionale, si è aggiunto al palmares di FMA. Si tratta del TPM Excellence Award, conferito nello scorso 2004 dal JIPM a testimonianza dell'applicazione, in modo eccellente, della metodologia TPM per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. ■

44

BASSO FEDELE E FIGLI Srl
Via Nocelleto, 31 - Z.I.
83020 S.Michele di Serino (Av)
Tel.: 0825 595781
Fax: 0825 595771
e-mail: basso@oliobasso.it
web: www.oliobasso.it



Basso®
Oli Alimentari



TRASPORTI, LE NOVITÀ DALL'IRPINIA UN GIOIELLO IN VALLE UFITA

La Presidente De Simone "promuove" l'azienda come vera risorsa per la crescita del territorio

di Filomena Labruna

«Un gioiello per l'Irpinia». Questo è stato il primo commento della Presidente della Provincia Alberta De Simone in visita all'Irisbus di Flumeri. La rappresentante di Palazzo Caracciolo era accompagnata dagli Assessori Franco Lo Conte e Giuseppe Di Milia, rispettivamente Assessore al Lavoro e alla Formazione e ai Lavori Pubblici. Erano presenti presso lo stabilimento irpino l'Assessore regionale ai Trasporti Ennio Cascetta, il Presidente dell'Unione degli Industriali Silvio Sarno e per l'azienda, gli ingegneri Giuseppe Amaturò, responsabile Irisbus Italia, Alberto Garatti direttore di stabilimento, il responsabile del personale Roberto Romano e una nutrita rappresentanza dei quadri e dirigenti dell'azienda irpina. Un summit con cui la Presidente De Simone ha onorato l'impegno assunto nello scorso mese di luglio, quando una delegazione della Irisbus fu ricevuta a Palazzo Caracciolo. Un'occasione importante per celebrare il fatto che il "New Domino", nuovo superbuss turistico della Irisbus verrà prodotto nello stabilimento di Flumeri. Una scelta aziendale comunicata al management della fabbrica ufitana dai vertici nazionali e accolta con grande soddisfazione dal Presidente della Provincia che ha ascoltato, con vivo interesse, le notizie fornite dai vertici aziendali sulle potenzialità dello stabilimento di Flumeri che ha una capacità di produzione di 1400 pullman all'anno, ma che nel periodo 2004-2005 si è fermata a

950 mezzi, realizzati in Irpinia e messi sul mercato. «La mia presenza, accanto all'assessore Cascetta, - ha sottolineato la De Simone - è il segnale di un grande interesse delle istituzioni verso realtà produttive così valide. Mi riferisco naturalmente anche alla FMA fiore all'occhiello del panorama industriale irpino per le sue produzioni, per le innovazioni tecnologiche per l'alto spessore delle risorse umane e professionali impiegate». La Presidente De Simone si è impegnata a sostenere e accompagnare il processo di sviluppo che l'Irisbus ha avviato attraverso l'investimento di 20 milioni di euro per l'ammodernamento dello stabilimento, tra i più innovativi e all'avanguardia presenti sul territorio. «Dobbiamo operare così - ha sottolineato la presidente della provincia - valorizzando le realtà produttive forti e dando respiro a ciò che vi è legato. Bisogna puntare sulle eccellenze. La scelta della Irisbus, sulla quale avevamo investito e sperato, è la prova di come si possa ancora immaginare una nuova stagione produttiva e occupazionale per questa nostra terra». «Non posso che ringraziare la dirigenza della Irisbus per l'accoglienza - ha detto la Presidente De Simone. Come ente Provincia faremo la nostra parte mantenendo gli impegni e lavorando per favorire l'attività produttiva dello stabilimento di Flumeri, che rappresenta per l'Irpinia una vera risorsa per l'occupazione e la sua crescita socioeconomica».



Unione di Benevento



“PASSIONE ITALIA”

UN PROGETTO PER L'INDUSTRIA DEL TURISMO

Indicate a Napoli esigenze e interventi per superare l'attuale situazione di difficoltà

COSTANZO JANNOTTI PECCI

Presidente Federturismo/Confindustria relazioniesterne@federturismo.it

La Giornata del Turismo di Confindustria, del 20 settembre, a Napoli, è stato un appuntamento importante non solamente per il sistema d'impresе dell'industria del turismo aderenti a Federturismo, ma per tutto il tessuto d'impresе confederate, grandi, medie, piccole, chiamate a partecipare al nostro progetto di rilancio dell'industria del turismo italiano; un progetto che si propone di mettere in luce le aspettative e l'apporto specifico di ciascuna componente della filiera produttiva del turismo e del sistema industriale nel suo complesso, in una logica di sviluppo integrato per realizzare crescita economica e sociale sostenibile, per far crescere le opportunità di lavoro stabile e motivante, per far concorrere nuove impresе e nuove giovani risorse alla sfida della rinascita del turismo, in Italia e nel mondo, valorizzando in maniera appropriata e integrata le risorse specifiche del nostro patrimonio naturale e artistico-culturale, la nostra imprenditorialità, la professionalità delle risorse umane coinvolte. A Napoli abbiamo indicato le esigenze e gli interventi necessari per superare l'attuale situazione di difficoltà del turismo italiano e ribadito l'urgenza di una nuova politica del turismo adeguata a realizzare l'armonizzazione e il coordinamento delle iniziative e delle risorse, con un adeguato sforzo integrato di promozione della destinazione e del marchio Italia.

Da Taormina a Napoli per un percorso di rilancio del turismo italiano

Già a metà degli anni ottanta Confindustria propose al Paese nel convegno di Taormina dal titolo "Turismo per lo sviluppo" una riflessione sulle nuove tendenze dell'industria mondiale del turismo e sulle nuove opportunità che si sarebbero presentate nello scenario del nuovo secolo. Opportunità che sono state raccolte dai Paesi che si affacciano da new comers sul mercato del turismo, erodendo le quote di mercato già appartenute ai Paesi della vetta della classifica e dell'Europa, tra i quali la nostra Italia del turismo. Successivamente, nel 1993, il Sistema Confindustria decise di scendere in campo direttamente costituendo la Federturismo, come federazione nazionale di settore per i viaggi e il turismo, per rappresentare, dar voce e sostegno, alle impresе e agli imprenditori che condividevano il progetto di valorizzare le risorse e l'industria del turismo italiane, con il riconoscimento del ruolo economico e sociale del turismo. L'attuale composizione e articolazione della Federturismo testimonia la presenza delle associazioni di categoria federate come componenti costitutive della lunga filiera produttiva dell'industria del turismo, per le componenti incoming e outgoing. Una presenza nella compagine federale della rappresentanza d'impresа che viene arricchita dalle Sezioni/Gruppi delle impresе turistiche e

UTIL di Lazzarini s.r.l.

Macchine e Attrezzature per Officine, Garages ed Industrie

sito web: www.util-lazzarini.it

e-mail: info@util-lazzarini.it

Via XXV Luglio, 75 - Tel. (089) 462122 PBX - 462653 - Fax 462653
C.F. e Part. IVA 00723300653 84013 Cava de' Tirreni (Sa)





Luca di Montezemolo, Rosa Russo Iervolino e Costanzo Jannotti Pecci durante la Giornata sul Turismo di Napoli

dai Soci impresa. Dal 1993 a oggi, il mercato e il mondo del turismo hanno conosciuto profonde trasformazioni, alcune legate all'evoluzione dei gusti dei turisti oltre all'ingresso di nuove tecnologie (internet, la diffusione delle linee aeree low cost, le vacanze pacchetto) che hanno profondamente mutato il modo di produrre e fruire del prodotto/servizio turismo. Il sistema Federturismo si è mosso all'interno di un quadro di contesto in rapido e profondo cambiamento anche per effetto delle grandi emergenze belliche, sanitarie e terroristiche, che hanno messo in evidenza una nuova domanda di sicurezza e di pace. Federturismo ha anche operato per costruire nuovi partenariati pubblico-privato sul territorio, per definire politiche condivise con le altre Rappresentanze imprenditoriali, per una politica nazionale del turismo per il Paese in grado di armonizzare e coordinare le autonomie di Regioni, Province e Comuni e le loro risorse, con il Governo nazionale, finalizzandole a obiettivi partecipati e condivisi, per la migliore utilizzazione di risorse economiche limitate e per una promozio-

ne adeguata del marchio ITALIA.

Una nuova centralità del turista e del cittadino

Molto da allora è cambiato nel mercato della domanda e offerta di turismo; hanno preso corpo nuove destinazioni, anche grazie alla diffusione del trasporto aereo a prezzi sempre più convenienti per il turista, sono cambiati gli stili di vita e i modi di fare vacanza, è cresciuto il volume dei viaggi di lavoro, è cresciuta la sensibilità al rispetto dei valori delle persone e delle comunità toccate dal turismo e la vigilanza contro il rischio di possibili abusi, è cresciuta la consapevolezza del ruolo centrale rappresentato dal turismo per comunità e Paesi che non dispongono di altre risorse che quelle naturali per lottare contro la povertà. Ed è cresciuta anche la domanda di sicurezza, reale e percepita. L'appuntamento di Napoli ha rappresentato anche un momento di verifica sulla capacità delle rappresentanze di saper interpretare le aspettative e le esigenze delle imprese della filiera produttiva del turismo, che si è continuamente allungata presentando sempre più chiara l'esigenza di integrazioni trasversali con gli altri settori produttivi, delle espressioni del made in Italy e dei prodotti per l'enogastronomia, del turismo con lo sport, il tempo libero, l'organizzazione di eventi, il benessere, elaborando proposte appropriate anche alle esigenze di partecipazione e di crescita del Paese nel contesto internazionale e in quello europeo. E le nostre proposte mettono il turista e il cittadino al centro del progetto di rilancio, indicando come promuovere una cultura e una politica industriale del turismo, come riqualificare l'offerta per raggiungere standard di qualità riconosciuti e lottare contro le rendite di posizione, come fare del turismo il volano del made in Italy e viceversa.

Per far crescere il ruolo del turismo in Europa

Ci siamo mossi con la consapevolezza del nuovo spazio dell'Europa allargata come destinazione turistica e del ruolo positivo dell'euro per gli scambi turistici, della nuova collocazione del turismo nel



www.ispesl.it

Istituto Superiore

per la **Prevenzione**
e la **Sicurezza del Lavoro**



Unione di Benevento

SOTTO L'ALTO PATROCINIO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

CONFINDUSTRIA FEDERTURISMO

PASSIONE ITALIA

GIORNATA SUL TURISMO
Napoli-Fondazione Teatro di San Carlo
20 SETTEMBRE 2005

IL SISTEMA TURISMO IN CONFINDUSTRIA

FEDERTURISMO
Federazione Nazionale Industria dei Viaggi e del Turismo

Soci Categoria:

| | |
|--|---|
| <p>ACI* Automobile Club d'Italia.</p> <p>AICA Associazione Italiana Camere Alberghiere.</p> <p>ANAV Associazione Nazionale Autotrasporto Viaggiatori.</p> <p>ANEF Associazione Nazionale Esportatori Fiumicoli.</p> <p>ANIASA (FISE) Associazione Alloggiatori Italiani Alloggiatori Servizi Anziani.</p> <p>ASSOINTRATTENIMENTO* Associazione Imprenditori Intrattenimento.</p> <p>ASSOTRAVEL Associazione Nazionale delle Agenzie di Viaggio e Turismo.</p> <p>ASTOI Associazione Tour Operatori Italiani.</p> <p>C.S.A.I.N.* Centri Sportivi Alasportivi e Industriali.</p> <p>FEDERTERME Federazione Italiana delle Industrie Termali e delle Acque Minerali Curative.</p> | <p>FEDERTRASPORTO* Federazione Nazionale dei Sistemi di Trasporto e delle Modalità Connesse.</p> <p>FITETREC-ANTE* Federazione Italiana Turismo Equitativo e Equitazione di Conoscenza.</p> <p>ITALCONGRESSI Associazione Italiana Relazioni Internazionali Congressuali.</p> <p>MUSEIMPRESA* Associazione Italiana Musei, Architetture e Ambienti d'Impresa.</p> <p>T.C.I.* Touring Club Italiano.</p> <p>UCINA Unione Nazionale Cantieri e Industrie Navistiche e Affini.</p> <p>UNAI Unione Nazionale degli Alberghi Italiani.</p> <p>UNIONPARCHI Unione Parchi Italiani.</p> <p>(*) Socii aggregati</p> |
|--|---|

Soci Impresa:

| | | |
|--------------------------|-----------------------|-------------------|
| Albarella S.p.A. | Gardaland S.p.A. | Trenitalia S.p.A. |
| Autostrade S.p.A. | Italia Turismo S.p.A. | Ventura S.p.A. |
| Cinecittà Studios S.p.A. | Lottomatica S.p.A. | |
| Costa Crociere S.p.A. | Parmatour S.p.A. | |

Soci Territoriali:
Aosta, Bari, Belluno, Benevento, Biella, Bologna, Brindisi, Cagliari, Caserta, Catania, Catanzaro, Chieti, Cosenza, Crotone, Cuneo, Ferrara, Foggia, Frosinone, Genova, Grosseto, Imperia, L'Aquila, Latina, Matera, Messina, Milano, Molise (Campobasso e Isernia), Napoli, Padova, Palermo, Parma, Pescara, Potenza, Ravenna, Reggio Calabria, Rieti, Rimini, Roma, Rovigo, Salerno, Sassari, Savona, Siena, Siracusa, Taranto, Teramo, Terni, Torino, Trapani, Treviso, Trieste, Varese, Venezia, Verbano Cusio Ossola, Verona, Vibo Valentia, Vicenza, Viterbo.

"TURISMO: NUOVA INDUSTRIA NUOVI INDUSTRIALI"

Trattato costituzionale europeo, del consolidamento del Forum europeo del turismo come appuntamento annuale di confronto, verifica e proposta assunto tra quanti all'interno dell'Unione, imprese, rappresentanze economiche e sociali, istituzioni, Parlamento e Commissione riconoscono ai viaggi e al turismo un contributo importante per lo sviluppo e il ruolo di facilitatore del dialogo, della coesione, della pace. E in questo quadro Federturismo ha operato e opera contro un'interpretazione dell'Europa come mera creatrice di vincoli e di iper-regolamentazioni lontani dalle esigenze reali dei cittadini e delle imprese. Sono questi i valori del turismo che devono ispirare la nostra capacità di concorrere in maniera partecipe, proattiva e anticipatrice alla costruzione di una Europa più grande, ricca di diversità ma animata dalla voglia e dalla scelta di ricercare insieme i valori positivi dello stare insieme per crescere. E in questo quadro collochiamo anche la nostra proposta (già avanzata al Forum di Abano/Venezia e poi a quello di Budapest) di creare un'Agenzia europea per il turismo, da ospitare a Napoli, con l'obiettivo di creare una sede di adeguata attenzione e operatività per far crescere le attività turistiche in ciascuno dei Paesi dell'Unione, facendo crescere il peso dell'Europa come destinazione. È una sfida impegnativa per i cittadini, per le istituzioni, per la rappresentanza.

Per un concreto recupero e per il rilancio del turismo italiano

Nel dibattito sulla governance del turismo emerge talvolta l'ipotesi di riproporre la ricetta del ministero del turismo, cancellato dal referendum abrogativo del 1993; sinceramente mi sembra una ricetta non utile a risolvere i problemi del nostro sistema turistico, che verrebbe calata in un assetto profondamente mutato caratterizzato dal ruolo primario svolto sul territorio dalle Regioni, supportate da

ORSI & PEDICINI

Diamo forma a tutte le vostre idee e progetti da realizzare in C.L.S.

ORSI & PEDICINI Prefabbricati spa

84020 Oliveto Citra (SA) - Via Stagliani - Nucleo Industriale
Telefono 0828 895 367 - 0828 895 368 - Telefax 0828 895 347

www.costozero.it



La prima Tavola Rotonda di Passione Italia - Giornata del Turismo del 20 settembre 2005

Province e Comuni. E, infatti, la recente riforma del turismo si ispira a una logica di partenariato pubblico-privato con norme finalizzate (art.12 della legge 80/2005, per la competitività) alla adozione di una vera politica per il turismo (con la istituzione di un Comitato Nazionale del Turismo) e misure per la promozione integrata dell'Italia come destinazione turistica (con L'ENIT Agenzia). Le riflessioni sulle nostre proposte che esprimono le esigenze e le aspettative del mondo imprenditoriale in materia di turismo cadono in concomitanza con una fase importante del nostro sistema Paese perché in numerose regioni i cittadini hanno eletto nuove rappresentanze per il governo dei loro territori e a livello nazionale le forze politiche e il Parlamento si apprestano a ricercare risposte aggiornate a una situazione economica, sociale e politica nuova, letta nell'ottica della scadenza delle elezioni generali del 2006. Per vincere la sfida della competitività il sistema turistico italiano deve saper tornare attrattivo per la qualità dei prodotti offerti e per la competitività dei prezzi praticati, deve dotarsi di un luogo di coordinamento nazionale del turismo capace di esprimere con autorevolezza e competenza le

politiche del turismo per il Paese e realizzare lo sforzo promozionale integrato, necessario per una nuova presenza sui mercati internazionali. Le misure per il turismo inserite nella legge 80/2005 per la competitività sono il frutto di uno sforzo di proposta delle diverse rappresentanze imprenditoriali del turismo condiviso con le Regioni e passato al vaglio del confronto più largo effettuato nella Conferenza nazionale per il turismo dell'autunno 2004. Siamo in presenza di un segnale positivo ma non ancora di un risultato consolidato, per il quale dobbiamo continuare a operare per la ricerca di intese condivise, rispettose dei ruoli specifici. La nostra proposta per il recupero e lo sviluppo della competitività della destinazione Italia richiede un intervento integrato e strettamente coordinato a livello centrale che interessi infrastrutture e territorio e non solo il settore specifico. Occorre operare in un quadro unitario e coerente a livello nazionale per infrastrutture di comunicazione e trasporto, management delle destinazioni (per la lotta all'abusivismo, il recupero del territorio, la sicurezza), la creazione di sedi congressuali dotate di quanto è necessario per competere a livello internazionale, la creazione e promozione di parchi tematici, ambientali e archeologici culturali collegati con le potenzialità del territorio, l'ammmodernamento e il sostegno del sistema museale, una promozione della destinazione Italia integrata con coordinamento delle risorse, una formazione per operare nelle professioni turistiche continua, a tutti i livelli, orientata alla qualità, adeguata e coerente con le richieste del mercato. Vanno, infine, adottati criteri di utilizzo delle risorse, anche a livello locale, che incoraggino e incentivino le aggregazioni tra operatori per la crescita dimensionale delle imprese turistiche; perché anche una dimensione d'impresa appropriata fa la differenza ed è una delle chiavi di successo nell'attuale contesto del mercato. ■

Centrale del latte il Nostro

campania
intavola

campania
intavola



Nuovo marchio.
Nuovi prodotti.

campania
intavola

Unione di Caserta



IL MIO IMPEGNO IN CONFINDUSTRIA CAMPANIA ESALTARE I VALORI DELL'IMPRESA

Uno stile collaborativo per affrontare insieme le sfide che ci attendono

CRISTIANA COPPOLA

Presidente Confindustria Campania presidenza@confindustria.campania.it

Cosa ci fa una giovane donna alla Presidenza della Confindustria Campania? Credo che molti si saranno posti questa domanda, di fronte a una elezione che d'altronde è stata abbastanza imprevista, anche per me stessa. Quando il mio nome è iniziato a circolare, devo dire sinceramente che mi sono sentita contemporaneamente lusingata e spaventata. Lusingata perché, è inutile negarlo, la Presidenza di un'associazione come Confindustria Campania costituisce un traguardo importante e prestigioso per chiunque, ma spaventata perché a questo onore si legano indissolubilmente oneri e responsabilità estremamente pesanti. Le stesse sofferte modalità dei passaggi che hanno portato al mio nome, dopo mesi di impasse, dimostrano che occorre ricostruire nella nostra associazione un clima costruttivo, di fiducia e di corresponsabilizzazione. Nel mio discorso di presentazione di luglio ho così sottolineato quello che sarà il leit motiv dei miei tre anni di mandato: desidero lavorare affinché questa associazione sia percepita non come l'associazione del Presidente, ma del Direttivo e della Giunta. Il mio ruolo, quindi, non dovrà essere quello di chi decide autonomamente, ma piuttosto di una voce autorevole (e spero ascoltata!) che esprime la politica decisa collegialmente all'interno del Direttivo e della Giunta. Ho fatto parte del direttivo per cinque anni, ne conosco bene i meccanismi, ed è per questo che ritengo fondamentale che si inauguri uno stile collaborativo. Tale stile partecipativo, d'altronde, costituisce la soluzione

migliore per affrontare le difficoltà all'interno di qualunque azienda, e ci si può quindi lecitamente attendere che permetterà di ottenere risultati positivi anche per la Confindustria Campania. In concreto, per me collaborare significa che le diverse attività saranno proposte e gestite non solo dal Presidente o dai Vice, ma anche dalla Giunta e, di volta in volta, dai vari membri del Direttivo. In questo modo sarà anche trasmessa verso l'esterno una forte immagine unitaria del mondo industriale campano, e chi si impegnerà vedrà riconosciuto il suo apporto e il suo sforzo. Collegialità non significa, infatti, delega delle responsabilità, ma condivisione degli sforzi e degli obiettivi. Tra i punti che ritengo irrinunciabili vi è quello di esaltare i valori propri dell'impresa campana, promuovendone le eccellenze e identificando nel contempo quelli che sono i nostri maggiori elementi di criticità. È inutile che ricordi il delicato momento economico che il nostro Paese sta attraversando e che, come è prevedibile, rischia di colpire maggiormente il nostro Sud. Più volte il Presidente della Repubblica ha chiesto un rinnovato impegno da parte di ciascuna realtà produttiva per ricominciare a camminare e a crescere, e io credo che Confindustria Campania debba far pesare, mettendolo a servizio di tutti, il suo notevole know how e le sue preziose competenze. Dobbiamo partire, dunque, da un'analisi seria e puntuale del tessuto produttivo della nostra regione, identificando quelli che sono i punti di maggiore criticità e debolezza. Emergenza ambien-





Banca Popolare di Sviluppo
Contatto Immediato

Filiale Napoli - Via G. Verdi 25, 80133 Napoli
tel. +39 081 423 15 11 - fax +39 081 423 15 29
e-mail: filiale.napoli@bpsweb.it

Filiale Caserta - Piazza Vanvitelli 22/23, 81100 Caserta
tel. +39 0823 21 42 59 - fax +39 0823 32 00 44
e-mail: filiale.caserta@bpsweb.it

Filiale CIS Nola - Viale Centrale 2/3, 80035 Nola (Na)
tel. +39 081 826 80 11 - fax +39 081 826 8025
e-mail: filiale.nola@bpsweb.it



Palazzo Partanna, sede di Confindustria Campania (NA)

tale, energetica, micro e macrociminalità: questi i nomi di alcune delle difficili sfide che ci attendono. Molte di queste, in realtà, non sono proprie della regione Campania, ma è anche vero che qui assumono a volte aspetti sconcertanti, che non esiterei a definire devastanti. La soluzione deve venire da noi perché solo chi vive qui conosce fino in fondo il peso di determinate realtà. È necessario che impariamo a parlarci chiaro, senza nascondere quelle che sono le nostre inefficienze. Non dobbiamo avere paura di dire ciò che deve essere cambiato, anche se ciò ci può costare. Per questo ritengo che l'identificazione delle criticità campane debba partire dal basso, e a tale scopo intendo coinvolgere tutte le associazioni territoriali del sistema.

Una volta fatte emergere e individuate le maggiori criticità, si dovrà passare alla parte costruttiva, identificando possibili soluzioni. Sia ben chiaro: non sto proponendo di raggiungere la Luna a piedi. Sono ben consapevole, avendoli sperimentati anche sulla mia pelle, della drammaticità di alcuni problemi, ed è per questo, per un sano realismo, che ritengo che sarà più proficuo concentrare l'attività del direttivo

dei prossimi 3 anni su alcuni punti chiave precisi. In altre parole, invece di disperdere le limitate energie e risorse di cui disponiamo su mille fronti, penso che sarà più proficuo darsi pochi obiettivi. Pochi, ma ben definiti. Al limite, basterà concentrare l'attività anche su un solo problema, ma dimostrare fra circa 1000 giorni di essere riusciti a incidere concretamente tramite le nostre iniziative su quell'argomento. Una concretezza che potrà tradursi anche nella promozione di alcune specifiche leggi regionali, in un colloquio proficuo con l'amministrazione regionale.

L'efficacia sarà garantita solo se riusciremo a mantenere lo stile collegiale del quale parlavo all'inizio del mio intervento. La collegialità dovrebbe essere non solo rivolta verso l'interno della nostra associazione, ma anche verso l'esterno. Dovremo quindi aumentare le occasioni e le modalità di integrazione e interscambio con le diverse strutture del sistema nazionale di Confindustria. In quest'ottica di scambio, dove ciascuno mette a disposizione le sue doti e le sue capacità, un ruolo importante dovrebbe essere giocato dal Centro Studi della Federazione.

La risposta alla domanda sul cosa ci fa una giovane donna alla Presidenza della Confindustria Campania si trova quindi in queste linee programmatiche che mi sono data, sulle quali ho già avuto modo di confrontarmi più volte, tanto a livello di associazione quanto tramite numerosi contatti personali con diverse realtà industriali del nostro territorio, e sulle quali intendo spendere - e spero realizzare - il mio programma. Il lavoro da fare è molto, ma è altrettanto alto l'entusiasmo con il quale sono partita. Ho voglia di lavorare e di offrire il mio contributo per la mia regione. In questi tre anni sicuramente farò diversi sbagli, ma con l'aiuto di tutti spero di aiutare il progresso del mondo industriale campano. La nostra realtà è ricca di potenzialità, e sono sicura che riusciremo a fare molto, tutti insieme, per il benessere del nostro territorio. ■



CASSA EDILE
della Provincia di Caserta

Caserta Via Provinciale
81047 Macerata Campania
Tel. 0823 69 53 32
Fax 0823 69 53 26
e-mail: info@cedil.ce.it
http://www.cedil.caserta.it

Unione di Caserta

POLITICA E TERRITORIO UN FORUM AL FEMMINILE

L'Unione Industriali di Caserta incontra le quattro donne della Giunta Provinciale

di Daniela de Sanctis

La nuova Giunta Provinciale Casertana di Sandro de Franciscis insediatasi lo scorso maggio, è composta da 12 assessori, di cui 4 sono donne. L'Unione Industriali di Caserta le ha incontrate per conoscerle più da vicino.

1. Che cosa l'ha spinto ad accettare il Suo incarico?
2. Che impatto ha avuto con la macchina organizzativa?
3. Quali sono i suoi progetti a medio lungo termine?



MARIA CARMELA CAIOLA
Assessore
Urbanistica,
Sviluppo Sostenibile,
Difesa e
Riquilificazione
Litorale Domizio
Provincia di Caserta

1. Dopo la militanza nell'Associazione ambientalista Italia Nostra e poi nel Comitato Macrico Verde, costituitosi per la difesa della grande area verde al centro di Caserta, la mia esperienza in politica era stata in Consiglio comunale a Caserta, tra i banchi dell'opposizione, come rappresentante della Lista Civica Macrico verde. Per la prima volta mi si è prospettata, grazie ai Verdi, la possibilità di lavorare nell'amministrazione attiva, provando a realizzare almeno qualcosa delle tante di cui la nostra provincia avrebbe bisogno.

2. L'impatto è stato difficile: è naturalmente fisiologico che occorra

del tempo per conoscere la macchina amministrativa, ma è anche indubbio che l'organizzazione attuale risulta incongrua e poco efficiente. Basti pensare che il Settore Urbanistica ha ben tre Servizi che non sono coordinati tra di loro, ma agiscono in maniera separata. Anche per le altre deleghe che mi sono state affidate, Sviluppo Sostenibile e Riquilificazione del Litorale Domizio, non vi sono Servizi specifici, quindi bisognerà crearli ex novo.

3. È prioritaria l'approvazione del Piano territoriale di coordinamento, lo strumento cardine per la pianificazione dell'intero territorio provinciale: basti pensare che in esso devono essere previsti i carichi abitativi, le aree da tutelare perché rilevanti paesisticamente, quelle a rischio idrogeologico. Importante è l'avvio di un piano d'azione per lo sviluppo sostenibile in ogni comune della provincia, per dare impulso alla raccolta differenziata, alle energie alternative, ad un'economia che non distrugga il territorio, ma lo valorizzi. Per il litorale domizio, è fondamentale l'avvio di una seria bonifica delle acque e del suolo, collaborando con i Comuni per costituire un riferimento istituzionale su quel territorio. Naturalmente non sono impegnati da poco, ma riuscire almeno a porre le basi per affrontare i problemi è già fare un passo avanti per risolverli.



VINCENZA DIANA
Assessore Politiche
Sociali, Solidarietà,
Accoglienza, Sanità,
Rapporti con il
Volontariato e le
Associazioni
Provincia di Caserta

1. Nessuno è estraneo alla politica. Vale il principio della sovranità popolare. E tutti facciamo politica attiva: diritto di voto, ma anche, per citare un tema del mio Assessorato, l'effettività del diritto di cittadinanza, che presuppone consapevolezza e partecipazione alla cosa pubblica attraverso l'accettazione delle regole della democrazia. Del resto ci apprestiamo a dare vita alla "Provincia di tutti, l'unica che vince" come più volte affermato dal Presidente Sandro de Franciscis: un concetto sostanziale che è divenuto anche un fortunato slogan elettorale. Ho accettato l'incarico per il rapporto personale che mi lega al Presidente, maturato da colleghi nell'Unità Operativa di pediatria del Policlinico, nell'associazionismo e nell'estrazione cattolica che contempla impegno nel sociale. Le origini avversane hanno contribuito.

2. Impegnativo. Bisogna adeguare la struttura a un più ampio campo d'indagine e di azione; quindi valorizzare le competenze del personale e inserirvi nuove professionalità in vista di un traguardo complessivo quale l'integrazione.

3. Disancorare le Politiche Sociali dai concetti di reddito, assistenzialismo

e dalla burocrazia. Attenzione ai fenomeni sociali per individuare i target d'utenza calibrando gli interventi in modo da favorire l'instaurarsi di condizioni di pari opportunità per soggetti svantaggiati. Servono sinergie con altri rami dell'Amministrazione e realtà del Terzo settore di competenza dell'Assessorato. Penso all'instaurarsi di un rapporto accreditato che consenta un proficuo scambio pubblico-privato tra addetti ai lavori e l'adozione di soluzioni praticabili e moderne in un mondo che muta velocemente.



**LUCIA
ESPOSITO**
Assessore
Università e
Ricerca Scientifica
Legalità e
Trasparenza
Provincia di Caserta

1. Il centrosinistra è tornato alla guida della Provincia dopo diversi anni di opposizione, abbiamo quindi la possibilità di operare concretamente laddove in precedenza non avevamo spazio di intervento. Una sfida esaltante ma carica di responsabilità, poiché adesso dobbiamo dimostrare di essere in grado di far meglio di chi ha governato l'ente in precedenza. Credo che ci siano grandi potenzialità che, col tempo, verranno sempre più fuori. Le condizioni per far bene ci sono quindi tutte, un motivo sicuramente in più per accettare la sfida e l'opportunità che mi è stata offerta. C'è poi da dire che la politica è uno dei campi che consente di contribuire concretamente a migliorare questa nostra società. O almeno di provarci.

2. Le deleghe che mi sono state conferite riguardano dei settori per molti versi nuovi per un assessorato, con gli uffici di riferimento che vanno ad-

dirittura costituiti. Devo dire che ho incontrato grosse professionalità, dipendenti seri e preparati. Tuttavia, va allo stesso tempo evidenziato che in Provincia ci sono circa 900 dipendenti, e c'è necessità di una riorganizzazione che porti alla piena efficienza di tutti gli uffici. Il nostro obiettivo è di creare le condizioni affinché chi vale veda riconosciuti i propri meriti, delle regole chiare alle quali rapportarsi e riportare i propri diritti e i propri doveri. Una macchina organizzativa efficiente è per noi di vitale importanza, poiché senza non si andrebbe da nessuna parte.

3. Tanti, e di questi alcuni già prossimi a concretizzarsi. Dagli accordi con università straniere che consentiranno a nostri studenti di partecipare gratuitamente a dei corsi all'estero, a una biblioteca multimediale, a un ufficio Urp dinamico ed efficiente. Il nostro obiettivo primario è di diventare un punto di riferimento per la Seconda Università, che rappresenta un'opportunità che il nostro territorio ancora non ha pienamente colto. Sogniamo un'Università che attraversi tutti i settori del sociale, fino ad approdare al mondo del lavoro. Anche dal punto di vista della legalità sappiamo che le cose da fare in una provincia ad alto tasso di criminalità sono tante. Faremo la nostra parte, anche cogliendo le opportunità, in materia di finanziamenti, che offrono Regione, Stato e persino Unione Europea.



**TIZIANA
PANELLA**
Assessore alle
Politiche Culturali,
ai Grandi Eventi e
al Marketing
Territoriale
Provincia di Caserta

1. Pur provenendo da un ambiente non politico, essendo una

giornalista televisiva, ho sempre creduto che ogni scelta professionale sia una scelta politica, intesa nell'accezione più intima di mettersi al servizio di una città, o in senso globale di un Paese, concorrendo a far bene. Quando mi sono vista fare questa proposta che nei fatti è meramente politica, ho accettato con entusiasmo. Ho sempre avvertito nel mio dna questa propensione all'impegno politico.

2. Non nascondo di aver trovato delle difficoltà, legittime alla luce del fatto che essendo portatori di uno stile nuovo, abbiamo la necessità di imprimere un carattere diverso alle nostre scelte. La mia esigenza in questo momento è quella di creare un ufficio culturale che rappresenti un giusto e valido supporto organizzativo alle progettualità del mio assessorato. La Provincia di Caserta ha un numero ragguardevole di dipendenti, sono certa che tra questi sarà possibile rinvenire le giuste professionalità.

3. Ho un grande sogno, restituire dignità al Museo Campano. Questa Provincia conta 104 Comuni. In ognuno c'è un pezzo di storia. Il mio compito è cercare di valorizzare le meravigliose ricchezze del territorio, rendendole maggiormente appetibili per un turismo di valore. Spesso nei miei viaggi professionali e di piacere ho la possibilità di visitare luoghi di cultura, e in molti di questi posti riscopro una grande capacità di potenziare i propri patrimoni. Ecco questa è la direzione del mio impegno: valorizzare al massimo l'esistente.

Unione di Caserta



54

FARE IMPRESA LA PAROLA ALLE DONNE

Sette capitanie d'azienda raccontano i propri successi professionali

di Daniela de Sanctis

Creatività, capacità di adattamento, equilibrio, entusiasmo, attenzione alle risorse umane e rispetto dell'ambiente, responsabilità sociale. L'impresa, dal punto di vista delle donne, ha molti colori, e soprattutto molte sfumature. È quanto emerge dall'inchiesta condotta sulle donne imprenditrici iscritte all'Unione degli Industriali della Provincia di Caserta. Un piccolo esercito

che – in un mondo ritenuto, in genere, appannaggio esclusivo dell'universo maschile – cresce di numero giorno dopo giorno, anche se è ancora ben lontano dalle percentuali nazionali. In Italia sono, infatti, circa un quarto le imprese guidate da donne (in tutto sono oltre un milione), che hanno saputo raggiungere, forti della loro determinazione, traguardi di eccellenza. Le im-

prenditrici casertane intervistate sono: Anna Bellucci, Amministratrice della Diamante Srl, società specializzata nell'organizzazione di convegni ed eventi; Stefania Brancaccio al ponte di comando della Coelmo srl, storica azienda leader nella costruzione e progettazione di gruppi elettrogeni, da circa 20 anni insediata nell'area Asi di Marcianise; Rosa Boccardi responsabile ge-

stione operativa e finanziaria del Grand Hotel Vanvitelli, aperto nel 2000 a San Marco Evangelista; Nicoletta Fidanza, amministratrice della Biopat Srl, società di Piedimonte Matese che opera nel settore analitico in campo ambientale e agroalimentare e nella produzione di sieri immuni in coniglio; Angela Renga, responsabile acquisti e controllo distribuzione dei vari punti vendita della Delta Confezioni Srl, azienda che produce e commercializza abbigliamento per uomo, donna e bambino. Distribuisce il prodotto direttamente ad una propria catena di 28 grandi magazzini soprattutto nel nord-est dell'Italia, Liguria, Toscana, Lazio oltre che Campania; Anna Martucci, responsabile pubbliche relazioni di Novotel Caserta Sud (gruppo Accor); Maria Michela Valentino, da quattro anni amministratrice dell'Area Management Sas, società familiare specializzata nei servizi di consulenza fiscale, societaria tributaria e del lavoro.



ANNA BELLUCCI

L'impresa è creatività. È la straordinaria capacità di adattarsi alle continue e diversificate esigenze del mercato. L'impresa è responsabilità. Oggi finalmente l'azienda condotta da una donna è una realtà anche in provincia di Caserta. Quando ho cominciato, tanti anni fa, era difficile per una donna conquistare una propria credibilità come imprenditrice. Oggi il vento è cambiato: veniamo facilmente accettate da tutti, ci vengono riconosciute particolari doti di praticità, qualità quest'ultima che rappresenta la cifra di distinzione di chi – in

quanto donna, appunto – ha la necessità quotidiana di conciliare il lavoro con i propri impegni familiari.



STEFANIA BRANCACCIO

L'impresa è il giusto equilibrio tra gli interessi particolari delle attività produttive e quelli più generali dell'intera collettività. Se prima le aziende avevano una funzione esclusivamente economica, oggi si afferma il concetto della responsabilità sociale, ovvero la consapevolezza che le proprie scelte avranno ripercussioni sulla collettività. È per questo che siamo stati tra le prime aziende ad aderire al Global Compact, il gruppo di 1300 imprese di



CENTRO PER LA FORMAZIONE DELLE
MAESTRANZE EDILI
DI CASERTA E PROVINCIA

LA FORMAZIONE COME FATTORE DI SVILUPPO

Via Provinciale: 11047 Macerata Campania (CE)
Tel. 0823/698856 Fax 0823/692377

Unione di Caserta

tutto il mondo che intendono portare avanti un impegno su più fronti: dal sostegno dei diritti umani, di condizioni di lavoro decorose e di progetti di protezione dell'ambiente, all'inserimento di poveri e giovani nelle forme di globalizzazione dell'economia mondiale.



ROSA BOCCARDI

Essere alla guida di un'azienda significa dover contemperare l'interesse individuale con quello collettivo, perseguendo un ideale di etica sociale. Oggi riscontro una difficoltà maggiore nel nostro territorio relativamente a questo argomento. Ciò non-

ostante vedo che soprattutto i giovani imprenditori con i quali mi interfaccio, dimostrano una maggiore propensione e soprattutto una mentalità di apertura a perseguire questi obiettivi. Ma impresa è anche valorizzare le risorse umane, trasmettendo loro tutta la passione che è necessario riversare in ogni cosa.



NICOLETTA FIDANZA

Fare impresa è una sfida riservata esclusivamente a persone dotate di un carattere intraprendente. Oggi è indispensabile, per riuscire ad avere successo, puntare

maggiormente sulle risorse umane, privilegiando non solo la loro formazione, ma soprattutto la trasmissione di entusiasmo e motivazione, caratteristiche che purtroppo gran parte dei giovani del Mezzogiorno hanno perso. Come donna imprenditrice non ho subito discriminazioni, anche se, come tutti, ho dovuto guadagnare la mia credibilità sul campo. Ho sempre dedicato impegno al mio lavoro. Solo in questo modo è possibile raggiungere dei buoni risultati.



ANGELA RENGA

Impresa è riuscire a gestire le risorse economiche, finanziarie e



UNINDUSTRIA CASERTA SERVIZI S.R.L.

La sicurezza delle vostre scelte

FORMAZIONE GESTIONE SPAZI CONGRESSUALI
CENTRO ASSISTENZA FISCALE INFORMAZIONI COMMERCIALI

Via Roma, 17 - 81100 Caserta Tel. 0823.325423 int. 28 Fax 0823.326337
www.unioncindustriali.caserta.it - e-mail unindustria@unioncindustriali.caserta.it

umane dell'azienda. È abilità da parte dell'imprenditore di intuire le evoluzioni del mercato, prevedere con attendibilità quello che accadrà nelle tendenze della domanda, nei movimenti della concorrenza, nell'apertura di nuovi mercati, per essere sempre più competitivi nell'era della globalizzazione. È necessità di coniugare in ogni occasione l'immaginazione e il saper fare dando forma e concretezza alle proprie idee.



MARIA MICHELA VALENTINO

L'impresa è organizzazione di persone e di mezzi. Laddove per mezzi si intende la reale disponibilità di finanziamenti, troppo spesso ancorati a delle

logiche politiche. L'accesso al credito rimane una reale difficoltà per chi ha la necessità di fare continui investimenti, soprattutto oggi alla luce della penalizzazione che abbiamo subito con l'arrivo dell'euro. Personalmente ho riscontrato delle discriminazioni nei confronti delle donne che fanno il mio mestiere, spesso esistono delle rivalità che non consentono di cogliere tutte le opportunità, legate ad un lavoro senz'altro complesso ma che regala una serie di soddisfazioni infinite.



ANNA MARTUCCI

Personalmente non ho mai posseduto un'azienda, ma credo di aver sempre avuto

la cosiddetta "vocazione dell'imprenditore", anche se la mia visione d'impresa è ben lontana dallo sterile concetto di "combinazione dei fattori produttivi". Penso, infatti, che sia più giusto intendere l'impresa come "un'organizzazione di persone unite per l'esercizio di un'attività". Dove il concetto di persone deve essere inteso in una accezione molto ampia, che tenga conto anche della loro vita, dei loro valori, delle loro speranze. È fondamentale per il buon funzionamento di un'azienda trasmettere ai propri collaboratori cuore, entusiasmo, passione e senso di appartenenza. L'entusiasmo è una forza vitale che può essere sprecata nel tentativo di inseguire sogni ad occhi aperti ma che può essere incanalata in un compito costruttivo, in una ricerca razionale. Ed è l'ingrediente fondamentale per convincere gli altri al raggiungimento di un obiettivo comune e condiviso. ■



Largo S. Agostino 1
tel 081/5095150
81100 Caserta

Consorzio Campania Fidi



UNI EN ISO 9001:2000 LA GARANZIA È DI "QUALITÀ"

Una buona pianificazione delle attività dei Confidi soddisfa banche e imprese

EMMA FARINA & MAURIZIO GALLO

Consulenti Aziendali e_farin@libero.it; maugallo@yahoo.it

La Qualità è diventata oggi un fattore strategico per ogni azienda che non voglia rimanere fuori dei mercati "globali", aspirando a raggiungerne i livelli più elevati. Uno strumento sicuramente efficace per sviluppare, mantenere e migliorare i propri standard qualitativi, è rappresentato dal Sistema di Gestione per la Qualità sviluppato secondo la norma UNI EN ISO 9001:2000. Esso conferisce valore aggiunto all'Organizzazione attraverso un miglioramento dell'immagine aziendale e una sistematica attività di pianificazione e controllo dei processi aziendali. L'applicazione dei principi di gestione per la qualità non fornisce solo benefici diretti, ma dà anche un importante contributo alla gestione dei costi e dei rischi aziendali. Si tratta, pertanto, di una scelta strategica che comporta per l'organizzazione notevoli vantaggi in termini di fidelizzazione del cliente; sviluppo degli affari e delle referenze; risultati operativi come gli introiti e le quote di mercato; flessibilità e velocità di risposta alle opportunità di mercato; utilizzo efficace ed efficiente delle risorse; allineamento dei processi ai risultati desiderati; vantaggi competitivi derivanti da un rafforzamento delle capacità dell'organizzazione; coinvolgimento del personale verso i traguardi e gli obiettivi dell'organizzazione; fiducia delle parti interessate nell'efficacia e nell'efficienza dell'organizzazione. Nel mercato dei servizi finanziari, i Confidi favoriscono l'accesso al credito attraverso l'erogazione di garanzie. L'obiettivo primario è, dunque, di sviluppare la dimensione

delle attività garantendo, al contempo, un'elevata qualità del servizio erogato, dove per qualità s'intende il soddisfacimento delle richieste e aspettative dell'associato, nonché degli istituti bancari di riferimento. Per l'associato l'attesa principale è l'ampliamento dell'accesso al credito, unitamente all'ottenimento di tassi di interesse più convenienti di quelli che essi potrebbero negoziare singolarmente. Per gli istituti bancari, di contro, l'aspettativa è sì l'ottenimento delle garanzie a supporto delle operazioni stipulate, ma è anche una garanzia di migliore selezione della clientela e alleggerimento in alcune fasi dell'istruttoria per la concessione del credito. La qualità dei servizi finanziari offerti dai Confidi, allora, rappresenta un parametro significativo rispetto al quale misurare il successo nel conseguimento dei fini istituzionali. Nella sua più ampia definizione, la qualità abbraccia tutti gli aspetti del servizio che permettono la soddisfazione delle attese degli associati, e che vanno dai tempi di istruttoria fino alla percentuale di accettazione che un Confidi riesce a ottenere rispetto al totale delle proposte presentate alle banche o, anche, alla percentuale di decurtazione tra i valori di affidamento proposti e quelli erogati. Sul fronte delle attese delle banche, la qualità del servizio investe, in primo luogo, la percezione di validità della preistruttoria effettuata dai Confidi e poi del tasso di insolvenza sperimentato che, appunto, dipende in una certa misura dalla qualità in termini di professionalità delle risorse impegnate dai



58

Progettazione, produzione e vendita di costruzioni prefabbricate metalliche per cantieristica, edilizia industriale, sociale e scolastica, shelters per apparecchiature elettriche, di telecomunicazioni, industriali.



AMES S.p.A.

31 01 071 - P.le Garibaldi 5 - Via - Km. 1,000
04060 - Montecorvone Paganico (SA)
Tel.: 0828.350111 - Fax: 0828.350116

1110: www.ames.it
e-mail: ames@ames.it



Confidi. Nell'evoluzione del rapporto con le banche, un Confidi può rappresentare l'ideale "outsourcer" nello svolgimento delle istruttorie e dell'attribuzione del rating alle aziende che avanzano richieste di fidi; in tal senso la Certificazione ISO 9001, in quanto standard organizzativo e di controllo, rappresenta un'attestazione della qualità delle procedure interne dei Confidi e quindi dà alle banche garanzia di affidabilità delle valutazioni svolte, lasciando a esse una mera funzione di riscontro. Dotarsi, infatti, di un Sistema di Gestione per la Qualità significa per i Confidi: definire e documentare opportunamente la realtà organizzativa della struttura; incrementare il valore aggiunto delle attività operative svolte; organizzare e migliorare la qualità del servizio verso gli associati; gestire in modo più efficace i rapporti con le banche convenzionate; coinvolgere il personale nel processo di miglioramento; incrementare l'immagine di affidabilità nei confronti dei consorziati e delle istituzioni di riferimento. Proprio da ciò deriva un rafforzamento dei rapporti con gli enti esterni interessati alla stabilità e alla buona conduzione manageriale dei Confidi. Oltre a quanto già detto per le banche, si pensi alle Agenzie Internazionali che nelle procedure di assegnazione dei rating oltre agli aspetti patrimoniali apprezzano anche quelli, appunto, organizzativi; al FEI e al MCC che, pur per esigenze diverse, ugualmente considerano l'ordine organizzativo e il controllo interno come elementi che incrementano l'affidabilità dei Confidi. Va poi ricordato che accanto allo standard UNI EN ISO 9001:2000 esiste la norma italiana UNI 10948:2001. Questa non è alternativa alla UNI EN ISO 9001:2000, ma è invece una norma complementare che individua le specifiche di servizio seguendo l'esigenza di qualificazione della categoria dei consorzi e delle cooperative di concessione di garanzie collettive fidi. In tale scenario, e alla luce delle sfide di Basilea 2, per i Confidi più evoluti si rende necessario definire e cer-

tificare il proprio Sistema di Qualità, così da accompagnare banche e imprese verso una migliore conoscenza reciproca; attivare i necessari processi per gestire con efficacia il rischio di credito; trasferire i vantaggi di una "garanzia di qualità" alle imprese socie. Per raggiungere tali risultati bisogna attivare un processo che coinvolga in modo graduale e progressivo le parti interessate, partendo dall'impegno dei vertici dei Confidi, indispensabile al raggiungimento degli obiettivi proposti. Operativamente il "Progetto Qualità" di un Confidi comprende: l'analisi aziendale iniziale, finalizzata all'individuazione dei processi aziendali (primari e di supporto) e delle loro interazioni, considerandone tutti gli aspetti; la definizione della struttura organizzativa e l'individuazione delle responsabilità, dei compiti e delle relazioni reciproche di ogni funzione avente diretta influenza sulla qualità del servizio; la formazione per ottimizzare le capacità delle risorse umane dell'azienda e per supportare l'impegno della Direzione nel coinvolgimento del personale; lo sviluppo del sistema di gestione per la qualità con la descrizione di attività, processi e requisiti in appositi documenti: Politica, Manuale, Procedure, Istruzioni, Documenti di Registrazione; la verifica del sistema attraverso la conduzione di Audit Interni; la certificazione del sistema da parte di un Ente Accreditato. Quello descritto è un percorso impegnativo in cui viene coinvolta tutta la struttura organizzativa per la revisione, il monitoraggio e il miglioramento dei processi aziendali; è anche un impegno continuo, sia perché soggetto a verifiche periodiche, sia perché la Certificazione va considerata come una tappa per un Sistema di Qualità vissuto, applicato e migliorato continuamente. Soprattutto, però, è un impegno da cui non si può prescindere se si vogliono conseguire quei risultati di qualità del servizio che consentano lo sviluppo dell'accesso al credito, e quindi il successo dei Confidi. ■



PEPSI **PEPSI**

I.B.G. S.p.A.
INDUSTRIA BEVANDE GASSATE

Imbottigliatore Autorizzato PEPSICO INC., PURCHASE N.Y.

Stabilimento: 84021 Buccino (Sa) - Area Industriale - Tel. 0828-957282 - Fax 0828-957288
 Ufficio: 81100 Caserta - Via C. Santagata, 19 - Tel. 0823-464750 (pbx) - Fax 0823-460721

OBR Campania



LA FORMAZIONE IN CAMPANIA IL TEMA DELL'APPRENDISTATO

Creare condizioni affinché scuole e aziende cooperino integrando le rispettive missioni

ALFREDO LOSO

Presidente OBR Campania presidenza@obrcampania.it

Quest'autunno si apre con una grande attenzione al tema della formazione, tornato potentemente nel dialogo tra istituzioni e parti sociali. A metà settembre la Presidente di Confindustria Campania, Cristiana Coppola, ha ospitato a Palazzo Partanna l'Assessore alla Formazione Corrado Gabriele per un confronto che ha coinvolto le articolazioni del sistema Confindustria in Campania. È un segnale importante in termini di contenuti e metodo: in una fase che possiamo considerare ancora iniziale dei loro rispettivi mandati, la rappresentante degli industriali e il responsabile della politica regionale in materia di formazione e lavoro, legano le rispettive strategie alla consultazione e alla ricerca di soluzioni condivise. Questo confronto costituisce esso stesso un risultato positivo perché è espressione della stessa cultura e della prospettiva da cui ha preso vita il percorso della bilateralità. L'Assessore Gabriele propone di mettere mano agli strumenti di formazione che meglio hanno funzionato per ottimizzare la programmazione; si è dunque parlato degli interventi AIFA ideati e realizzati in Campania (a fronte di un periodo di formazione-lavoro finanziato all'azienda vi è un contratto d'assunzione) che sembrano aver avuto un considerevole successo. In realtà non sappiamo quale sia stato il destino dei diecimila contratti di lavoro seguiti ai percorsi formativi e questa assenza di informazioni non consente una adeguata gestione delle risorse e una valorizzazione premiante per le aziende più competitive e capaci di creare

nuove e reali opportunità d'impiego. L'estensione del modello AIFA ai contratti a tempo determinato, proposta da Confindustria in un contesto in cui il lavoro nero è ancora troppo presente, rappresenta ancora una questione aperta. Nel confronto tra Confindustria e Regione Campania, il tema dell'apprendistato ha avuto grandissima attenzione ed è stato affrontato per le potenzialità di inserimento lavorativo connotate a questo istituto contrattuale, ormai articolato a tre livelli e già capostipite dell'interdipendenza tra formazione e occupazione. A questo proposito va detto la Campania è l'unica Regione che si sia dotata di un Osservatorio e abbia istituito una banca dati dei contratti di apprendistato per consentire l'adempimento del percorso formativo collegato a ogni contratto. La gestione dell'apprendistato si prefigura di grande complessità perché può dare una svolta a tutto il sistema formativo e dell'istruzione collegandosi strategicamente ad alcuni nodi del rapporto tra sistema dell'istruzione e della formazione a partire dalla lotta alla dispersione scolastica. L'apprendistato in Campania può essere, infatti, lo strumento attraverso cui sviluppare una sperimentazione basata sull'**apprendistato per l'espletamento del diritto-dovere di istruzione e formazione** che riguarda i minori di 18 anni che non abbiano completato il proprio percorso di istruzione obbligatoria. Si tratta di creare condizioni in cui scuole, enti di formazione e soprattutto aziende possano cooperare integrando le rispettive missioni. L'ambiente di lavoro e l'impresa, se





Prodottiamo Vetro Piano Float di Elevata Qualità, nel Totale rispetto dell'Ambiente che ci circonda, e in assoluta Sicurezza



Stabilimento UTG: Via San Martino, 3 - Salerno
 Telefono 089 644 111 Fax 089 644 222
<http://www.glaverbel.com>

supportati, possono rispondere a un bisogno quasi sempre presente in questi giovani di *imparare facendo* e, magari di una "paghetta", che attraverso l'apprendistato può configurarsi come corrispettivo in denaro relativo alla prestazione non solo lavorativa, ma anche formativa. L'azienda, il contesto lavorativo, tuttavia, non possono da soli rispondere sul piano pedagogico e dell'orientamento alle complesse problematiche che accompagnano questi adolescenti. Vi è poi l'**apprendistato professionalizzante, destinato ai giovani tra 18 e 29 anni**, quello che rassomiglia di più al classico rapporto di apprendistato. Se da un lato è considerevole il ricorso a questa forma contrattuale, dall'altro lato, va rilevata la difficoltà a dare corso a quelle 120 ore di formazione che ogni apprendista ha il diritto di svolgere in un contesto formativo strutturato come tale. Infine, l'**apprendistato per l'acquisizione di un diploma o per percorsi di alta Formazione** si accompagna a un ciclo di studi ed è finalizzato all'acquisizione di un diploma di scuola superiore o di una laurea e che potrebbe essere collegato anche agli IFTS, può rappresentare un importante canale di inserimento di forza lavoro qualificata nel sistema produttivo regionale e rappresenta uno strumento assolutamente nuovo da costruire e attivare a livello nazionale e regionale. Sull'apprendistato, Confindustria chiede che sia riconosciuta pienamente la funzione formatrice delle aziende, con la possibilità di queste di certificare sia il bisogno che l'acquisizione delle competenze dei propri dipendenti, poiché si ritiene che ogni azienda sia in grado di riconoscere il livello formativo di cui necessita. Questa posizione solleva obiezioni riferite a criteri di trasparenza e spendibilità delle certificazioni, ma il problema di fondo non è tanto nella natura di chi certifica, quanto nell'assenza di un sistema di certificazione delle competenze e di monitoraggio e valutazione. Qui però vogliamo enfatizzare il fatto che nonostante queste differenze tutte

le posizioni convergono sulla centralità della domanda, sulla necessità che la domanda orienti l'offerta e non viceversa. Ciò che tutte le componenti di OBR, datoriali e sindacali, esprimono in modo convergente è la necessità di partire dai bisogni formativi per rendere accessibile la formazione alle piccole imprese perché il tessuto aziendale per crescere ha bisogno di figure professionali adeguate alle sfide dell'internazionalizzazione. L'assessore Gabriele ha opportunamente indicato i settori strategici su cui indirizzare le risorse per sostenere lo sviluppo produttivo del territorio: logistica e trasporti; industria turistica, economia del mare, ambiente (rifiuti, acque ed energia). Si tratta di un importante passo in avanti per l'ottimizzazione delle risorse finanziarie da destinare alla formazione. Su questo indirizzo chiaro e condivisibile, vorrei proporre una riflessione: il processo di sviluppo è così complesso e articolato che forse occorre integrare più chiavi di lettura; oltre ai settori strategici è opportuno considerare anche altre variabili e puntare su attività e nicchie propulsive, e/o su aziende che negli ultimi anni abbiano assunto di più e più stabilmente. Definire questi criteri è importante anche in relazione alla formazione continua e ai Fondi interprofessionali che stanno prendendo il via e che vanno integrati con le risorse del POR e quelle nazionali ancora disponibili. Il confronto che si è svolto presso Confindustria rappresenta uno stimolo per il CREB (Coordinamento Regionale degli Enti Regionali) a offrire al sistema della programmazione negoziata nuovi apporti di conoscenza e nuove sintesi progettuali: la sperimentazione di un modello del sistema regionale delle qualifiche che vede fortemente impegnato l'OBR Campania e tutto il CREB e rappresenta il contesto più appropriato in cui dare corso a questa nuova stagione di programmazione formativa che trova interlocutori sensibili, attenti e ricettivi alle proposte e al processo di ricerca comune tra le parti sociali. ■



Focus

A cura dell'Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno - Area Comunicazione



L'EVOLUZIONE DEI DISTRETTI INDUSTRIALI LE NUOVE PROSPETTIVE DEI POLI PRODUTTIVI

Necessarie più collaborazioni di ricerca anche a livello internazionale

FRANCESCO SAVERIO COPPOLA

Direttore dell'Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno segreteria@srm ezzogiorno.it

Il dibattito sui poli di innovazione, avviatosi con il Consiglio di Bruxelles del 22 marzo 2005, riporta alla ribalta il tema dei "Distretti", la loro definizione e il loro ruolo nell'ambito dello sviluppo economico e produttivo anche alla luce della normativa di Lisbona. L'Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, che ha di recente pubblicato un'ampia ricerca sulle prospettive dell'industria "Agroalimentare" edita da Guida Editori, ne sta ora predisponendo un'altra più specifica sul tema della competitività dei "Poli Produttivi" in un'ottica non limitata alle sole realtà distrettuali classiche.

Il quadro normativo

Intorno agli anni '90, la tematica del distretto si diffonde a livello internazionale incrociandosi con quelle simili della Flexible Specialization (Priore e Sabel, Hirst e Zeitlin 1984-1991), del Milieu Innovateur (Aydalot) e dell'analisi per cluster (Porter 1991). Gli anni '90 segnano anche i primi riconoscimenti normativi; il primo riconoscimento giuridico italiano del distretto industriale si ha con la legge 317/1991. In base all'art. 36, comma 1, il distretto è definito come «un'area territoriale caratterizzata da elevata concentrazione di piccole imprese caratterizzate da una particolare specializzazione produttiva, dove esiste un particolare rapporto tra presenza di imprese e popolazione residente». L'intervento del 1991 affida alle Regioni il compito di individuare i distretti sulla base delle specifiche che sono state poi fornite dal Decreto del Ministero dell'Industria dell'aprile 1993. In tale decreto viene adottata una metodologia puramente quantitativa - fondata sui dati Istat - in merito al grado di specializzazione locale della forza lavoro e della struttura industriale. In questa fase, il legislatore concede alle Regioni l'opportunità di intervenire sul territorio finanziando dei consorzi tramite i Contratti di Programma. Il primo documento economico che riconosce esplicitamente i distretti industriali è la Delibera CIPE del 21/3/97 in base alla quale i distretti possono farsi promotori per i contratti di programma. Un successivo intervento legislativo orien-

tato al finanziamento dei distretti industriali si ha con la 266/97 (legge Bersani). Un ulteriore intervento in materia è rappresentato poi dalla legge 140/99 che mira a semplificare i criteri di individuazione dei distretti. In particolare, questa sostituisce la precedente definizione dei "Sistemi Locali di Lavoro" con i "Sistemi Produttivi Locali". Le caratteristiche del distretto non sono più legate alla piccola impresa e alla manifattura, ma viene evidenziato il ruolo che, all'interno del distretto, svolgono le aziende non industriali e le medie imprese. Per quanto concerne il ruolo di queste ultime all'interno dei distretti, occorre evidenziare l'esistenza di reti "sommese" di piccole-medie imprese, anche integrate verticalmente e orizzontalmente (secondo una logica di filiera produttiva), spesso non documentabili, afferenti a unici rami "familiari". Tali reti definiscono, di fatto, delle realtà produttive di più ampia dimensione in grado di generare una maggiore competitività del tessuto imprenditoriale che, però, presentano una modesta forza nelle fasi di contrattazione con istituzioni e aziende finanziarie. A seguito della legge 140/99, le Regioni hanno definito i criteri comuni per l'individuazione dei Distretti e dei sistemi produttivi locali. Al 1° settembre 2004 le Regioni che hanno individuato i distretti sono 12 di cui 8 risiedono nel Centro-Nord (Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Toscana, Marche e Lazio) e 4 nel Sud (Abruzzo, Campania, Basilicata e Sardegna). Nel tempo, quindi il processo legislativo ha portato a una progressiva delega alle Regioni della gestione di interventi di politica industriale dei distretti. Il quadro legislativo, si è esclusivamente focalizzato, negli anni passati, sui criteri di identificazione geografica dei distretti stessi. Tali criteri risultano incentrati su dati statistici di insediamento e specializzazione produttiva della piccola e media impresa, mancando qualsiasi riferimento normativo al ruolo della filiera produttiva integrata e alla valorizzazione delle specifiche competenze sul territorio. Tale delega conferisce alle Regioni il potere di "regolamentare" i distretti e conseguentemente,

attraverso le politiche di incentivazione, attribuisce alle stesse gli strumenti per la determinazione degli obiettivi di intervento economico. Soprattutto nella prima fase di azione, però, non vi è stata sufficiente chiarezza di indirizzo in merito alla modalità di gestione operativa dei distretti. La mancanza di un effettivo modello di governance - cui si è talvolta accompagnata l'assenza di strategia - è stata solo occasionalmente compensata da attività intraprese a livello di singole Regioni. Il coordinamento di interessi tra le aziende è stato demandato al "Comitato di Distretto". Estendendo il concetto di "diritto delle minoranze", potremmo dire che il potere delle minoranze che operano all'interno del distretto non è stato disciplinato e, di fatto, le numerose piccole aziende sono scarsamente rappresentate all'interno dei distretti. La normativa ha però attribuito ai "consorzi di impresa" - eventualmente presenti all'interno del distretto - facoltà di accedere ai finanziamenti concessi dal "Comitato di Distretto", ne consegue, quindi un'implicita indicazione sulla tipologia di forma associativa adottabile, ma non un esplicito intervento normativo.

Alcune iniziative innovative

Alcune regioni italiane stanno tentando di realizzare nel distretto economie di "network" di impresa sulla spinta di quanto avviene nelle zone del mondo più innovative e competitive (quali ad es. il distretto tecnologico di Yamacraw in Georgia, Sophia-Antinopolis nel Sud della Francia, e Cambridge in Inghilterra). È il caso del Friuli Venezia Giulia che, con la legge 108 del 16 febbraio 2005, sostituisce ai "Comitati di Distretto" le "Agenzie per lo sviluppo dei distretti industriali" dotate di personalità giuridica con la funzione di "motore reale" della politica di distretto. Tra le esperienze pilota va inoltre ricordata la scelta della Lombardia di affiancare, al distretto tradizionale, il Meta-distretto e quella dell'Emilia Romagna di non definire in maniera "geograficamente vincolante i di-

stretti". Si tratta però di sporadiche iniziative locali che non rientrano in una logica più generale di programmazione che, se validamente posta in essere, avrebbe potuto fornire un significativo impulso ai poli produttivi italiani. Tali innovazioni di policy rappresentano, quindi, delle esperienze isolate. Inoltre le politiche di incentivazione sinora adottate (quali ad es. la l. 488/92) - sebbene abbiano previsto punteggi speciali per le imprese operanti nel distretto - non hanno però fornito impulso alla creazione di sinergie e di promozione dell'attività di ricerca e sviluppo.

Conclusioni

Sicuramente i distretti hanno rappresentato e rappresentano una potenzialità del territorio ma, ad oggi, la dimensione media delle attività industriali è ancora fortemente sbilanciata a favore della piccola e piccolissima impresa, mentre scarso ruolo è stato riservato alle medie-imprese pilota. Ciò è tanto più vero nei settori tradizionali che caratterizzano le produzioni meridionali. Occorre inoltre rendere più evidente che, soprattutto nel Mezzogiorno, la struttura aziendale delle imprese è ben più complessa di quanto si pensi e che le aziende operano spesso a rete integrata "sommersa". I nuovi scenari economici modificano gli equilibri interni al distretto, e le strategie di policy delle medie grandi imprese puntano, non supportate all'interno del Paese, a delocalizzare. Tale fenomeno assume nel caso dell'esistenza di reti sommerse un rilievo ancora più preoccupante perché la media impresa trova satelliti, non nel territorio di origine, ma "all'estero". Le politiche regionali - benchè attraverso l'impiego di vari strumenti quali PIT e POR siano intervenuti sulla materia - dovrebbero maggiormente puntare a generare un processo di coesione interna e prevedere azioni per incentivare gli agenti coinvolti a instaurare collaborazioni di ricerca a livello non solo intra-distrettuale, ma anche internazionale. ■



Antonio Amato.
La Pasta della
Nazionale
Italiana di Calcio.

Parliamo di...



CONCILIARE CON LA P.A. ESPERIENZE E PROSPETTIVE

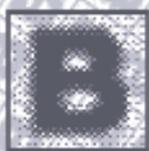
Un approccio più efficace ed efficiente per la risoluzione delle controversie

MARCO MARINARO

Avvocato e Conciliatore - Cultore della Cattedra di Diritto civile - Università di Salerno
Cultore della Cattedra di Mediazione e Conciliazione - Università di Pisa mmarinaro@unisa.it

La progressiva diffusione degli strumenti alternativi per la risoluzione delle controversie e in particolare della conciliazione/mediazione in ogni settore del diritto civile, induce a interrogarsi sulle opportunità offerte da questo rinnovato approccio alle liti anche nei rapporti in cui sia parte la Pubblica Amministrazione. Invero, anche soltanto la proposizione della tematica suscita tuttora profonde resistenze culturali non tanto degli studiosi quanto dei funzionari preposti, poco inclini a seguire il mutamento culturale, prim'ancora che legislativo, che pervade una P.A. radicalmente trasformata. In questo contesto gli ostacoli solitamente opposti dai dirigenti a tutela dell'ente rappresentato sono destinati gradualmente ad affievolirsi e scomparire se si considera, ad esempio, che preferire sempre e comunque la via giudiziale espone l'ente stesso alla difesa in due gradi di giudizio, sino in Cassazione con tempi, costi e risultati tutti da valutare. E allora non appare superfluo ricordare come l'agire della P.A. debba essere sempre orientato dal principio fondamentale espresso dall'art. 97, comma 1, della Carta Costituzionale assicurando «il buon andamento e l'imparzialità dell'amministrazione». Occorre dunque perseguire il "buon andamento" e cioè l'efficacia - intesa come raggiungimento dello scopo - e l'efficienza - intesa come migliore impiego delle risorse dell'azione - dell'amministrazione. In questa prospettiva, particolare rilievo assumono le numerose riforme legislative operate sin dal 1990 (con la famosa normativa ex L. 241/90 che ha im-

posto la "trasparenza") e indirizzate alla "privatizzazione" della P.A.; come anche la creazione di enti di diritto privato a totale o prevalente capitale pubblico per la gestione dei servizi pubblici e la necessità di confrontarsi e adeguarsi agli standards europei dell'organizzazione amministrativa che hanno condotto a una gestione di tipo manageriale per il perseguimento degli obiettivi di efficienza ed efficacia. E ancora, l'introduzione legislativa di procedimenti conciliativi anche obbligatori in ambiti pubblicistici (ad es. nell'appalto di opere pubbliche e nel rapporto di lavoro alle dipendenze della P.A.) e la possibilità di stipulare con il privato accordi sostitutivi o integrativi della consueta attività provvedimentale (ex art. 11 L. 241/90). Infine, deve far riflettere l'affermarsi di un orientamento della Corte dei Conti volto alla condanna per mala gestio e lite temeraria della «resistenza in giudizio a ogni costo» da parte della P.A., comportamento tuttora diffuso e sicuramente da stigmatizzare. D'altro canto si deve comunque rimarcare che potranno essere conciliate le liti aventi a oggetto diritti disponibili purché siano osservati i criteri di economicità, efficienza, efficacia e ragionevolezza. Sul punto si può precisare che in tal guisa potranno essere conciliate le controversie aventi ad oggetto situazioni patrimoniali disciplinate contrattualmente tra la P.A. e il privato, mentre non potranno essere conciliate quelle liti relative a posizioni di diritto pubblico alle quali siano pur collegate situazioni patrimoniali (si pensi ad esempio agli atti vincolati, alle



artigraficheBocciaspa
PRINTING EUROPE

- *Stampa in offset, roto-offset e flessografica*
- *Allestimento e cellofanatura*

obbligazioni naturali, ecc.). Peraltro non può sottacersi che le resistenze tuttora opposte dalla classe dirigente della P.A., alla quale spetta il compito di gestione in contrappunto al potere di indirizzo e controllo di natura politica dell'ente pubblico, trovano fondamento attualmente nel timore di incorrere nell'accertamento della responsabilità contabile. Tuttavia, «la responsabilità dei soggetti sottoposti alla giurisdizione della Corte dei Conti in materia di contabilità pubblica è personale e limitata ai fatti e alle omissioni commessi con dolo o colpa grave, ferma restando l'insindacabilità nel merito delle scelte discrezionali» (articolo 1, comma 1, Legge 20/1994 e s.m.i.). La norma citata e l'interpretazione della stessa fornita dalla Corte dei Conti e dalla Cassazione quindi consentono all'ente pubblico di accedere al procedimento conciliativo nell'ambito delle finalità istituzionali dello stesso non soltanto qualora assuma scelte discrezionali, ma ogniqualvolta la scelta operata sia ragionevole e magari supportata da oggettive valutazioni tecnico-giuridiche o da pareri. A questo punto notevole interesse rivestono le esperienze maturate da alcuni enti pubblici, che con lodevole lungimiranza hanno ritenuto da alcuni anni di avviare e regolamentare "sportelli di conciliazione" finalizzati al perseguimento del buon andamento dell'ente e della soddisfazione del cittadino. Il primo esperimento è quello del Comune di Roma il quale ha istituito uno Sportello cui possono accedere quanti richiedano un risarcimento danni all'Amministrazione comunale capitolina. Il valore massimo della controversia è fissato in 12.911,42 euro e l'interessato potrà presentare la domanda presso l'U.R.P. della Circoscrizione in cui si è verificato l'evento dannoso allegando la documentazione analiticamente richiesta. In esito alla stessa, espletati i dovuti accertamenti e acquisito il parere favorevole dell'avvocatura, l'istante sarà invitato a presentarsi presso la Camera di conciliazione per espletare il relativo tentativo. La ca-

sistica più frequente riguarda i dissesti del manto stradale di proprietà comunale, la caduta di alberi o gli allagamenti provocati da tombini otturati. Altra esperienza è quella del Comune di Jesi che ha stipulato una convenzione con la Camera Arbitrale Aesina alla quale possono rivolgersi i cittadini per la soluzione di controversie - senza limiti di materia e di valore - dopo aver espletato ogni tentativo personale o tramite il Difensore Civico senza ottenere una risposta ritenuta soddisfacente dal Comune. Il procedimento, esente da ogni costo, deve concludersi entro 60 giorni dalla proposizione dell'istanza. Anche il Comune di Napoli propone ai cittadini un'alternativa rapida ed efficace per la soluzione delle controversie; l'Ente ha stipulato infatti una convenzione con la locale Camera di Commercio per la trattazione di liti aventi a oggetto il risarcimento danni per un valore massimo di 15.493,71 euro. Oltre a quella degli enti locali, si deve segnalare un'esperienza unica nel panorama nazionale e particolarmente innovativa. Infatti, il Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano ha istituito uno Sportello di Conciliazione per la soluzione di controversie e problematiche anche di rilievo collettivo attinenti all'ambiente e al turismo. Nell'ambito delle sue finalità istituzionali l'Ente Parco ha ritenuto di offrire ai Comuni del suo ampio comprensorio (ben 80 nella provincia di Salerno) la possibilità di stipulare convenzioni promuovendo l'approccio conciliativo finalizzato alla promozione del turismo e alla tutela dell'ambiente.

Queste iniziative, destinate a diffondersi rapidamente, grazie anche all'opera di sensibilizzazione svolta in maniera capillare dalle Camere di Commercio, segnalano l'interesse crescente ed esponenziale per un rinnovato approccio alla risoluzione stragiudiziale delle controversie da parte di una più consapevole classe politica e dirigente nel perseguimento del "buon andamento" della Pubblica Amministrazione. ■

SIDER PAGANI S.r.l.



Recupero e trattamento di rifiuti speciali non pericolosi; demolizioni industriali; recupero banda stagnata; tritrazione cavi in rame ed alluminio; raccolta batterie al piombo esauste.



Via della Rinascita, 10 – 84010 S. Egidio del Monte Albino (SA)
Tel. 081 5155769 – Fax. 081 5153963 – sito web: www.siderpagani.it

Associata **ASSINDUSTRIA SALERNO** e **ASSOFERMET**

Ricerca & Università



I SISTEMI LOCALI DEL TURISMO IN ITALIA FATTI STILIZZATI E PROPOSTE DI POLICY

Flessibilità e capacità di interpretare il mercato, fondamentali per essere competitivi

TERESA VANACORE

Dottoressa in Economia e Commercio randy73@virgilio.it

In Italia i valori assoluti del turismo in quanto fenomeno economico sono fra i più rilevanti dell'intera comunità internazionale: questo grazie alle risorse disponibili, alla notevole dotazione di strutture ricettive, alle infrastrutture in genere ma soprattutto grazie al fatto che il sistema italiano è di tipo "multiprodotto", nel senso che basa la sua ricchezza soprattutto sul presupposto della intercambiabilità dei turismi praticabili, cioè sulla possibilità di ottenere da un solo viaggio emozioni di genere diverso. Nel corso degli anni, infatti, lo sviluppo delle infrastrutture e delle tecnologie di trasporto, l'evoluzione socio-culturale, l'aumento del reddito pro capite, hanno contribuito a creare una domanda più eterogenea. Parallelamente vi è stato un altrettanto continuo sviluppo del prodotto turistico, caratterizzato da un aumento della varietà dei prodotti offerti e della loro articolazione, e da una loro continua e più rapida evoluzione. La globalizzazione, poi, ha giocato un ruolo importante non tanto nell'omologare le diverse situazioni geografiche, quanto piuttosto nel rafforzare la scala regionale rispetto a quella nazionale. Tutto ciò ci fa affermare che lo sviluppo ha bisogno di essere localizzato in un sistema locale territoriale a forte densità relazionale e a elevata organizzazione, e lì conservato per i marcati vantaggi competitivi. L'Italia regionale, un tempo tutta protesa verso un modello manifatturiero, come nel resto delle regioni comunitarie più forti, oggi mostra i segni di

una progettualità che vuole trasformare la propria economia in economia del territorio con particolare attenzione alla componente culturale, il che richiede strategie innovative nelle politiche territoriali e di pianificazione, azioni di marketing, dove il territorio e i suoi processi di ricomposizione sono al centro dell'attenzione generale. In questo nuovo contesto è proprio la conoscenza del territorio a costituire il punto di partenza. A tale scopo lo strumento di lettura privilegiato in ambito geografico è costituito dai Sll che rappresentano una griglia di analisi particolarmente significativa atta ad analizzare la geografia economica e sociale del nostro territorio non solo a un dettaglio maggiore di quello consentito dalla griglia amministrativa rappresentata dalle province e dalle regioni, ma anche secondo una suddivisione del territorio che scaturisce dall'autorganizzazione delle dinamiche relazionali, con riferimento specifico agli ambiti di vita riferiti alla residenza e al luogo di lavoro. In definitiva, la dimensione locale assume significato quando essa corrisponde al territorio dove la popolazione svolge la maggior parte della propria vita quotidiana, dove produce e consuma, e dove stabilisce rapporti sociali ed economici. Il sistema locale diventa il risultato delle relazioni umane che si svolgono con riferimento a una base territoriale, e che riguarda sia la produzione di beni che la riproduzione sociale. In base a quanto detto, andiamo a concentrarci sulle differenti performance



delle aree territoriali specializzate nell'industria turistica usando come strumento di lettura privilegiato quei 71 STL, i quali anche se hanno un'importanza minore (ma non la minima in assoluto) in termini di numerosità e popolazione, costituiscono una realtà interessante da studiare: l'analisi comparata con i dati dell'economia nazionale evidenzia proprio che il turismo è in Italia tra i primissimi comparti produttivi, in grado di generare occupazione e valore aggiunto.

Da uno studio condotto dalla sottoscritta, in collaborazione con ricercatori del Celpe, e presentato alla conferenza internazionale degli economisti regionali tenutasi ad Amsterdam lo scorso agosto, emerge innanzitutto la scarsa numerosità nel Mezzogiorno di sistemi turistici locali, nonostante la presenza in questa area di notevoli risorse naturali, culturali e paesaggistiche. Ciò sta a dimostrare come la valorizzazione di una realtà turistica dipenda sicuramente dalla propria dotazione di risorse naturali, ma anche e soprattutto da quel complesso di elementi, definiti come "Capitale Sociale", che innescano sentieri virtuosi di sviluppo data la contestuale presenza di attori che credono e investono nel territorio. Sono quindi necessari fattori endogeni, come quei processi atti a favorire meccanismi di accumulazione di capitale, la vitalità imprenditoriale e le complementarità tra attività e territorio che generano esternalità positive. Un ruolo decisivo per la promozione e lo sviluppo del sistema turistico locale è la stretta connessione tra operatori privati e le imprese: il pubblico pianifica il territorio, crea infrastrutture e servizi adeguati, salvaguarda e valorizza l'ambiente come vera e propria risorsa, vigila sulla sicurezza dei cittadini e degli ospiti, snellisce le procedure; il privato investe per migliorare l'offerta ricettiva e il contesto in cui opera. Nel Mezzogiorno si rileva la presenza diffusa di piccole imprese a conduzione familiare,

che hanno dimostrato finora scarsa capacità nel rinnovare le loro strutture e acquisire maggiore concorrenzialità. Risultano ancora assai rare tutte le possibili forme di collaborazione fra imprese che potrebbero concretizzarsi sia nell'adesione a una catena alberghiera, sia soltanto nel risolvere assieme, con forme consortili, i problemi posti dall'esplicitamento di alcune funzioni aziendali quali, ad esempio, le prenotazioni, gli approvvigionamenti, la comunicazione. Una possibile soluzione potrebbe essere quella di sviluppare strumenti per mettere "in rete" le risorse del territorio al fine di creare una massa critica idonea ad attrarre un maggior flusso turistico. Urge che i privati trovino forme di aggregazione commerciale che vadano dalla semplice partnership a cooperative, a consorzi, franchising, in grado di comunicare e promuovere, con mezzi moderni come internet, cataloghi, le proprie strutture sotto una comune bandiera di servizi standard con abbattimento dei costi e possibilità di raggiungere un maggior numero di potenziali clienti; per il turista cliente questo può rappresentare la possibilità di verificare la presenza di servizi prima dell'eventuale viaggio, passando da una fase artigianale della comunicazione porta a porta, a una matura della promozione turistica. La sfida che gli operatori si troveranno a fronteggiare è lo sviluppo del "valore" dell'offerta, ovvero il passaggio da un mercato fatto di grandi numeri a uno a "valore aggiunto", da un mercato quantitativo a uno di tipo qualitativo. In pratica si impone un modello di ampliamento dei servizi che permettano al turista di trarre una maggiore soddisfazione dal soggiorno e, agli operatori dell'offerta, di sviluppare nuovi mercati compensando quindi l'inevitabile contrazione dei prezzi che ha interessato il settore. La flessibilità e la capacità di interpretare il mercato sono un presupposto fondamentale per mantenere un vantaggio competitivo duraturo. ■








VIETRI CERAMIC GROUP Soc. consortile a.r.l.

Via Nazionale, 5 - 84015 Nocera Superiore (SA) - Tel. 081 5149013 - Fax 081 5143891 info@vietri-ceramic.it www.vietri-ceramic.it

Ricerca & Università



L'ECONOMIA DELLA CONOSCENZA NELL'UE POLITICHE E STRUMENTI COMUNITARI

Ricerca e Sviluppo Tecnologico sono fattori strategici per il futuro delle imprese

ANNA ROBUSTELLI

Area Scienze Merceologiche Dipartimento Studi e Ricerche Aziendali
Facoltà di Economia Università degli Studi di Salerno arobust@unisa.it

Ricerca e Sviluppo Tecnologico sono aspetti fondamentali e imprescindibili per rafforzare la competitività delle imprese e migliorarne la capacità di creare occupazione, oltre che per sostenere politiche a valenza sociale, come la protezione dell'ambiente e la tutela del consumatore. Peraltro, la dimensione globale dello sviluppo scientifico e tecnologico impone forme di cooperazione e di coordinamento a livello europeo e internazionale in tema di politiche adottate, attraverso collegamenti in rete dei Gruppi di Ricerca, nonché mobilità di persone e idee. Negli anni '80 le politiche per l'innovazione - attuate attraverso forme di sostegno governativo esterno - avevano scisso i due caratteri fondamentali della ricerca e sviluppo (R&S): il carattere scientifico (legato alle attività di ricerca) da quello tecnologico (connesso allo sviluppo industriale). Infatti, fino alla metà di quegli anni la maggior parte dei governi europei adottava politiche volte a finanziare le sole attività di ricerca, senza considerare il naturale collegamento con lo sviluppo tecnologico. Con il passar del tempo, la debolezza di questa impostazione ha fatto sì che l'aspetto tecnologico avesse un peso preponderante e, pertanto, sostenuto finanziariamente dalle adottate politiche europee.

Successivamente, a partire dal "Primo piano d'azione per l'innovazione in Europa - L'innovazione al servizio della crescita e dell'occupazione" del 1996, sono state adottate dall'UE diverse politiche e misure tese a promuovere un'autentica cultura dell'innovazione. Ciò mediante sia l'elaborazione di un quadro giuridico, normativo e finanziario a sostegno dell'innovazione - specie in considerazione della necessità di migliorare radicalmente il sistema europeo dei brevetti - sia attraverso un'efficace articolazione degli aspetti legati alla ricerca e all'innovazione. Ogni Stato membro, infatti, è stato incoraggiato a fissare obiettivi ambiziosi, onde aumentare la quota del

prodotto interno lordo (PIL) destinato alla ricerca, allo sviluppo e all'innovazione. Inoltre, tale Piano - saldamente fondato su una visione di tipo "sistemico" consolidatasi nel corso degli anni - considera l'innovazione non come modello lineare, nel quale ricerca e sviluppo si trovano al punto di partenza, quanto piuttosto come un modello in cui l'innovazione nasce da complesse interazioni tra i singoli, le organizzazioni e l'ambiente operativo. Con il Quinto Programma Quadro di Ricerca e Sviluppo Tecnologico (V PQ) - adottato nel 1998 - è stato ribadito che l'innovazione deve rappresentare un obiettivo prioritario; la competitività industriale da scopo è divenuta un mezzo per raggiungere finalità comuni per la società. In particolare, con il programma orizzontale "Promuovere l'innovazione e incoraggiare la partecipazione delle PMI" venivano varate misure volte alla promozione e alla formulazione di idonee politiche a sostegno dell'innovazione, nonché misure specifiche a vantaggio delle PMI. L'esperienza acquisita attraverso i programmi tematici e orizzontali nel campo della ricerca e dell'innovazione è confluita nel dibattito sulle proposte della Commissione per la realizzazione di uno Spazio Europeo della Ricerca (SER) e nella preparazione di future azioni comunitarie in tale campo. Nell'ambito della riorganizzazione della Commissione, avvenuta nel 1999, la politica per l'innovazione - nonché la responsabilità per l'attuazione del citato programma orizzontale "Promuovere l'innovazione" - è stata assegnata alla Direzione Generale Imprese (DG Imprese) con l'obiettivo di creare un ponte tra ricerca, industria e imprenditorialità. Tuttavia, nel corso degli anni, nonostante i progressi compiuti dagli Stati membri - raggiunti non solo per effetto dell'introduzione, a livello nazionale e regionale, dell'ampia gamma di politiche e misure citate, ma anche all'impegno della Commissione in relazione alle attività im-

prenditoriali - la prestazione complessiva dell'Unione, nel campo dell'innovazione, non ha mostrato segnali di miglioramento rispetto a quella dei suoi principali concorrenti (Stati Uniti e Giappone). Pertanto, in occasione del vertice di Lisbona del 2000 sono state introdotte importanti novità nella guidance delle politiche economiche degli Stati membri e dell'area nel suo insieme, individuando tre obiettivi collegati e complementari:

- la realizzazione dello Spazio Europeo della Ricerca, un obiettivo per il futuro della ricerca in Europa, attraverso un mercato interno della scienza e della tecnologia in grado di incentivare l'eccellenza scientifica, la competitività e l'innovazione, anche mediante la promozione di migliori forme di cooperazione e coordinamento tra gli operatori della ricerca;
- l'aumento al 3% del PIL dell'Unione, entro il 2010, degli investimenti globali per la ricerca, avviando un'ampia consultazione con tutte le parti interessate e, particolarmente, con l'industria, al fine di individuare i percorsi più idonei per favorire tale crescita. Il relativo risultato è stato sintetizzato nella Comunicazione "Investire nella ricerca: un piano d'azione per l'Europa". Quest'ultima identifica un'ampia gamma di nuove azioni necessarie per favorire in Europa la ricerca e l'innovazione, offrendo un quadro coerente e una molteplicità di orientamenti comuni, tali da permettere - a ciascuno Stato membro - di tracciare il proprio percorso per la relativa realizzazione;
- il rafforzamento dell'eccellenza scientifica in Europa, attraverso il sostegno alla ricerca.

Gli indirizzi di massima per le politiche economiche del 2000, quindi, raccomandano il perseguimento di misure e azioni tese a stimolare in Europa lo sviluppo di un'economia fondata sulla

conoscenza, mediante il coinvolgimento del settore privato, promuovendo partenariati nel campo della R&S e favorendo la creazione di nuove imprese ad alta tecnologia. In seguito, al Consiglio di Lisbona, la Commissione Europea ha adottato il VI Programma Quadro 2002-2006, che ricopre un ruolo fondamentale per l'attuazione di politiche per la ricerca nell'UE. Tale Programma Quadro mira, sostanzialmente, a fronteggiare l'attuale vulnerabilità strutturale della UE in tema di investimenti in tale campo, assumendo il ruolo di strumento fondamentale per l'attuazione della Strategia di Lisbona. I principi base su cui esso si fonda sono, prevalentemente, focalizzati su specifiche aree tematiche, i cui effetti a carattere "strutturante", dovrebbero promuovere la "creazione" di risorse e di expertise, in grado di migliorare la competitività. Un ulteriore aspetto innovativo riguarda la semplificazione delle attività organizzative e gestionali attraverso la razionalizzazione e l'armonizzazione delle procedure. Lo stanziamento di bilancio del VI PQ, pari a 17,5 miliardi di euro (il Sesto Programma Quadro rappresenta la terza linea operativa, per importanza, del bilancio globale dell'UE, dopo la politica agricola comune - PAC - e i fondi strutturali), destinati ai soggetti che operano nei settori della ricerca e dello sviluppo tecnologico in Europa, non rappresenta un mero cofinanziamento dei progetti di ricerca, ma una spinta propulsiva per la realizzazione degli obiettivi indicati, il cui conseguimento è articolato su tre assi principali (v. Tabella): integrare la ricerca europea; strutturare lo Spazio Europeo della Ricerca; rafforzare le basi dello Spazio Europeo della Ricerca. Tuttavia, la strategia di Lisbona, nel complesso, ha dato risultati assai deludenti, come emerso nel Consiglio Europeo del marzo 2004, tanto da comprometterne il raggiungi-

Telecomunicazioni ed Informatica Soluzioni Innovative

Consulenza Progettazione Ottimizzazione

IT CAPITALI INTELLETTUALI E LA NOSTRA LINGUA

itan
1190
IT Advisors Network

ITAN srl - via M. Vernieri, 46 - 84125 Salerno - Tel. 089.223.523 - Fax 089.2574000 - itan.it - info@itan.it

Ricerca & Università

mento nei tempi stabiliti. Gli indicatori, infatti, non hanno mostrato avanzamenti significativi e nessuno degli Stati Membri ha potuto vantare miglioramenti in un numero sufficientemente ampio di variabili. Nel frattempo, il contesto economico è profondamente cambiato. Nel 2000, a Lisbona, il Consiglio Europeo poteva constatare, con soddisfazione, che l'Unione stava sperimentando il migliore quadro macroeconomico: tre anni dopo non emergevano, dalle analisi congiunturali, segnali di ripresa, dopo un lungo periodo di rallentamento. Le ragioni per cui la strategia di Lisbona non ha sortito i risultati sperati sono attualmente oggetto di un'am-

pie riflessione, da cui sono emersi i principali elementi di criticità: l'eccessiva numerosità degli obiettivi e degli indicatori nonché la scarsa efficacia del coordinamento, in materie in cui le competenze sono essenzialmente dei governi, in assenza di una chiara condivisione delle priorità. Nel Consiglio di Primavera del 22 e 23 marzo 2005, la discussione relativa alla Comunicazione "Lavorare insieme per la crescita e l'occupazione. Un nuovo inizio per la strategia di Lisbona", ha evidenziato la necessità di rilanciare gli obiettivi di Lisbona. Ciò attraverso due traguardi principali: una crescita robusta e duratura e una maggiore occupazione di migliore qua-

Tabella - Struttura e budget del VI programma quadro in tema di RST

| | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|
| INTEGRARE LA RICERCA EUROPEA (14.682 mln euro) | Priorità tematiche | Genomica e biotecnologie per la salute (2.514 mln euro) | | | |
| | | Tecnologie per la società dell'informazione (3.984 mln euro) | | | |
| | | Nanotecnologie, materiali intelligenti, nuovi processi di produzione (1.429 mln euro) | | | |
| | | Aeronautica e spazio (1.182 mln euro) | | | |
| | | Sicurezza e qualità dei prodotti alimentari (0.753 mln euro) | | | |
| | | Sviluppo sostenibile, cambiamento globale ed ecosistemi (2.329 mln euro) | | | |
| | | Cittadinanza e governance nella società della conoscenza (0.247 mln euro) | | | |
| Settore di ricerca più ampio | Ricerca per il supporto alle politiche (0.590 mln euro) | Attività specifiche per le PMI (0.473 mln euro) | Cooperazione Internazionale (0.346 mln euro) ¹ | Attività del Centro Comune di Ricerca (0.835 mln euro) | |
| | STRUTTURARE LO SPAZIO EUROPEO DELLA RICERCA (2.854 mln euro) | | | | |
| | Ricerca e innovazione (0.319 mln euro) | | | | |
| | Risorse umane e mobilità (1.732 mln euro) | | | | |
| Infrastrutture di ricerca (0.715 mln euro) | | | | | |
| Scienza e società (0.088 mln euro) | | | | | |
| RAFFORZARE LE BASI DELLO SPAZIO EUROPEO DELLA RICERCA (0.347 mln euro) | | | | | |
| Coordinamento delle attività di ricerca (0.292 mln euro) | | | | | |
| Sviluppo delle politiche di ricerca/innovazione (0.055 mln euro) | | | | | |

¹ Tale budget è destinato a misure di supporto alla cooperazione internazionale con Paesi in via di sviluppo, Paesi mediterranei, inclusi i balcanici occidentali, la Russia ed i Nuovi Stati Indipendenti. Inoltre è stata prevista una integrazione di 285 milioni di Euro a valere sul budget per le priorità tematiche e delle "attività specifiche inerenti un settore di ricerca più ampio" per il finanziamento della partecipazione di Paesi Terzi.

² È esclusa la quota di finanziamenti EURATOM.
Aggiornato alla data di associazione dei nuovi Paesi avvenuta nel 2004.

lità. Il raggiungimento di tali obiettivi richiede stabilità macroeconomica e sane politiche di bilancio, liberando risorse necessarie a finanziare le "più vaste ambizioni in campo economico, sociale e ambientale". Su tali premesse, la Commissione ha sviluppato le proprie considerazioni, articolandole in tre direzioni. In primo luogo, essa invita il Consiglio Europeo a proporre agli Stati Membri una Partnership Europea per l'occupazione e la crescita, con l'obiettivo di facilitare e accelerare l'adozione delle riforme necessarie. Punto cruciale è ridare credibilità politica all'intero processo, sollecitando una idonea assunzione di responsabilità nella delivery di risultati politici, soprattutto a livello nazionale. L'emblema di questa ritrovata responsabilità dovrebbe essere l'adozione di un unico programma di azione e di un solo rapporto sull'attuazione della strategia di Lisbona, sia a livello dell'Unione che dei singoli Stati Membri. In secondo luogo, la Commissione suggerisce che il Programma di azione per Lisbona, ristrutturato e semplificato, venga organizzato sulla base di tre macro-obiettivi:

- rendere più attraente l'Europa come localizzazione, portando a termine la costruzione del mercato interno (in particolare nei servizi) e migliorando la regolazione per l'accesso ai mercati (regole di concorrenza rigorosamente applicate all'interno e maggiore apertura dei mercati terzi) e le infrastrutture;
- stimolare la conoscenza e l'innovazione, aumentando gli investimenti in R&S, favorendo il trasferimento tecnologico, promuovendo alcune grandi iniziative che trovano la necessaria massa critica solo a livello europeo (tra cui un Istituto Europeo di Tecnologia e alcune grandi Iniziative Tecnologiche Europee, secondo il modello che ha prodotto il sistema di navigazione Galileo);
- creare nuovi e migliori posti di lavoro, incenti-

vando una maggior partecipazione al mercato del lavoro, migliorando l'adattabilità dei lavoratori e delle imprese ai cambiamenti e la flessibilità del mercato del lavoro, investendo maggiormente in capitale umano (sia nell'educazione che nella formazione professionale).

In terzo luogo, la Commissione propone di riorganizzare la governance della strategia di Lisbona, onde renderla più efficace e facilmente comprensibile, attraverso una trasparente assunzione di distinte responsabilità politiche da parte dell'Unione e degli Stati Membri, nei rispettivi Programmi Nazionali d'Azione.

Le istituzioni europee integrerebbero, nello stesso documento, anche le Linee Guida attualmente formulate in sedi distinte per la politica economica e l'occupazione. Il reporting delle attività realizzate e da realizzare, nonché dei risultati ottenuti, sarà semplificato adottando un unico "rapporto Lisbona" sia a livello nazionale che comunitario. Ciò dovrebbe consentire alle istituzioni nazionali ed europee di dedicarsi con maggiore efficacia agli aspetti sostanziali dell'intero processo. Tuttavia, è in corso un ampio dibattito sulle future strategie della Commissione Europea; infatti è oggetto di verifica la stessa "credibilità" della strategia di Lisbona, oltre che dei processi di attribuzione delle responsabilità delle politiche comunitarie, quali la responsabilità per la crescita, la disoccupazione e l'innovazione. Questi, secondo l'opinione prevalente, dovrebbero appartenere ai governi e ai parlamenti nazionali.

Peraltro, è certo che, oltre alla capacità degli Stati membri di rilanciare la crescita facendo leva sull'integrazione europea a 25, sarà fattore strategico per il futuro proprio il "valore aggiunto" generato dalle autonome iniziative europee su questo terreno. ■

**Scoprite l'anatomia della nuova Alfa 159,
venite a provarla dalle Concessionarie Alfa Romeo della Campania.**

159. Nuova razza Alfa.



Ricerca & Università



SERVIZI ICT DI QUALITÀ UTILI INDICAZIONI PER AZIENDE E P.A.

Le Linee Guida del CNIPA mettono d'accordo amministrazione appaltante e fornitore

ANGELA PEDUTO

Responsabile Area Enti e Innovazione - PST di Salerno e delle Aree Interne della Campania S.C.p.A.
apeduto@pst.sa.it

La qualità è diventata oggi uno degli obiettivi principali per le imprese che vogliono competere sul mercato. Le "Linee guida sulla qualità dei beni e dei servizi ICT per la definizione e il governo dei contratti della Pubblica Amministrazione" predisposte dal Centro Nazionale per l'Informatica nella P.A. (CNIPA) sono il risultato di un considerevole lavoro di analisi fatto sulle classi di fornitura (includendo i servizi legati all'ICT) finalizzato a "scomporre" in componenti elementari, in termini di attività/prodotti misurabili ai fini della qualità, le classi medesime. Le Linee guida hanno, infatti, l'obiettivo di fornire indicazioni utili alle P.A. nell'acquisizione di forniture di servizi ICT di qualità. In particolare, hanno lo scopo di definire: un quadro di riferimento complessivo per l'appalto pubblico di servizi ICT da parte delle amministrazioni; metodi quantitativi utili per stabilire criteri di qualità delle forniture di servizi ICT e i relativi processi di misura, allo scopo di fornire indicazioni concrete, immediatamente applicabili, sia alle amministrazioni appaltanti che ai fornitori offerenti; adeguate clausole, da utilizzarsi in fase di negoziazione, per la definizione di capitolati e contratti pubblici per la fornitura di beni e servizi nel settore ICT, relative alla descrizione delle attività da prevedersi contrattualmente, ai prodotti che dette attività realizzano (deliverables contrattuali), agli indicatori e misure di qualità da riferirsi sia alle attività che ai prodotti; ulteriori clausole utili successivamente nella fase di attuazione dei contratti ICT, per una più incisiva azione di go-

verno del contratto e nello svolgimento del monitoraggio per la verifica del rispetto dei requisiti contrattuali in termini di tempi, costi e stato avanzamento lavori, quantità e qualità attese dei servizi ICT richiesti. La qualità dei servizi pubblici è un valore importante per il giudizio politico nei confronti di una Amministrazione, che corrisponde a un costo dal lato del Fornitore che gli deve essere riconosciuto in misura equa. I cittadini sono clienti delle Amministrazioni, a loro volta clienti dei fornitori di ICT. Le Linee Guida realizzate dal CNIPA tendono a integrare i diversi punti di vista "Cliente, Fornitore, Utente" suggerendo indicazioni utili sia alle amministrazioni nel loro ruolo di stazioni appaltanti, sia ai fornitori prima offerenti, in fase di gara, successivamente firmatari dei contratti aggiudicati. Per raggiungere questi scopi, il CNIPA nel dicembre 2003 ha costituito un Gruppo di lavoro partecipato oltre che da esperti dello stesso CNIPA da alcune amministrazioni centrali (INPS, Giustizia, MIUR), da 2 società di informatica a capitale interamente pubblico (CONSIP, SOGEI) e dalle associazioni di categoria dei fornitori ICT (ANASIN/AITech, ASSINFORM, FEDERCOMIN). In aggiunta al Gruppo di lavoro hanno contribuito alla redazione delle Linee Guida un gruppo di circa 70 persone, dipendenti di diverse aziende ICT. Pur non partecipando direttamente al Gruppo di lavoro, un'utile collaborazione è stata offerta anche dalla Banca d'Italia. La partecipazione al Gruppo di lavoro coordinato dal CNIPA di Amministrazioni e



Forti come ciò che produciamo

Associazioni di categoria dei Fornitori ICT rappresenta un approccio inedito e innovativo, che ha l'obiettivo di: integrare i diversi punti di vista dell'amministrazione appaltante e del fornitore; permettere a entrambe le parti di conoscere le proprie ragioni e motivazioni; imparare insieme per migliorare le logiche di appalto e offerta. Utilizzare un linguaggio comune serve alle amministrazioni per: evitare di scegliere fornitori non affidabili; identificare in modo preciso il livello qualitativo richiesto (non più del necessario, per evitare sprechi nella spesa); utilizzare forme contrattuali a loro vantaggiose. Esso è inoltre utile ai fornitori per capire le esigenze del cliente; valutare con precisione i propri costi, la propria competenza e capacità nel soddisfare le richieste (minimizzazione del rischio); garantire la trasparenza nelle procedure di aggiudicazione. Le Linee Guida sono articolate in una collana di 6 Manuali, 3 dei quali supportano i passi operativi fondamentali della definizione della qualità della fornitura:

| TITOLO | UTILIZZO |
|--|---|
| Presentazione e utilizzo delle Linee Guida | Introduzione ai contenuti e all'uso delle Linee Guida Manuale d'uso |
| Strategie di acquisizione delle forniture ICT | Indicazione della strategia Manuale applicativo |
| Appalto pubblico di forniture ICT | Definizioni delle modalità di selezione del fornitore Manuale applicativo |
| Dizionario delle forniture ICT 36 lemmi (classi di fornitura elementari) | Definizione degli atti di gara Manuale operativo |
| Esempi di applicazione | Esempi di costruzione di capitolati Manuale applicativo |
| Modelli per la qualità delle forniture ICT | Approfondimenti tecnici Manuale di riferimento |

Le Linee Guida (per un maggior approfondimento si consiglia di visitare il sito Internet del CNIPA www.cnipa.it, Rubrica "attività" - sezione "qualità dei

servizi ICT") descrivono analiticamente le forniture ICT in termini di attività (che realizzano la fornitura o task); prodotti (elementi di fornitura o deliverables); indicatori di qualità (metodi quantitativi per la definizione di misure di qualità e identificazione dei relativi processi di misura). Le Linee Guida rendono disponibili gli elementi sopra descritti in forma modulare e direttamente riutilizzabile. Il loro uso determina un concreto vantaggio per le Amministrazioni: migliora la qualità dei servizi ICT acquisiti all'esterno; permette di utilizzare le best practices; aumenta la cultura della P.A. in tema di forniture ICT; facilita la redazione degli atti di gara; rende più omogenei i contenuti; accelera la definizione dei contratti ICT; facilita l'emissione dei pareri da parte del CNIPA. I vantaggi esistono anche per i Fornitori: l'uso delle Linee Guida attribuisce il giusto valore alla qualità dei servizi offerti; aumenta la trasparenza delle gare; migliora/standardizza la descrizione dei servizi richiesti; semplifica la predisposizione dell'offerta; riduce i costi di predisposizione dell'offerta. Nei 5 mesi successivi alla pubblicazione delle Linee Guida sul sito del CNIPA sono state scaricate più di 10.000 copie dei documenti che le compongono. I Manuali hanno complessivamente raggiunto una distribuzione di 6.100 copie, 3.500 prelevate dal sito del CNIPA, 1.600 veicolate su Cd-Rom, 1.000 distribuite in versione stampata (quaderni CNIPA n. 10, 11, 12, 13). A queste copie se ne aggiungeranno altre 1.000 distribuite in occasione dei prossimi eventi, in diverse province, di presentazione del lavoro svolto. L'economia dei Servizi innovativi è uno sforzo collettivo, non è un problema solo dell'ICT. Lo sforzo da parte delle Istituzioni consiste nel declinare al "plurale" la parola Innovazione, partendo da una stabile intesa con quei soggetti territoriali, come il PST, che stimolano le imprese verso il miglioramento e la qualità della produzione e dei processi produttivi. Aspetti che costituiscono la molla essenziale per lo sviluppo. ■



BIC
Salerno srl

CREAZIONE D'IMPRESA
INTERNAZIONALIZZAZIONE
INNOVAZIONI GESTIONALI

Salerno • Tel. +39 089 23 40 06 • www.bicsalerno.it • eurobic@bicsalerno.it

Formazione



FORMAZIONE E RICERCA GLI STRUMENTI DELLA COMPETITIVITÀ

Inserire in azienda i giovani iper specializzati dai Professional Master SDOA

VITTORIO PARAVIA

Presidente Fondazione Antonio Genovesi Salerno - SDOA sdoa@sdoa.it

Il Sistema Italia non riesce più a gestire efficacemente le sfide della globalizzazione. Questa è l'amara scoperta che analisti, imprenditori e politici hanno fatto da qualche tempo, invocando provvedimenti di sostegno alle imprese per fronteggiare la concorrenza emergente e ridare slancio al nostro tessuto industriale. L'instabilità politica non contribuisce alla soluzione del problema, né tanto meno l'approssimarsi della fine del periodo di programmazione dei fondi strutturali europei 2000-2006 consente di definire linee di investimento proiettate nel medio-lungo periodo. Ciò nonostante, dall'estrema conflittualità del dibattito politico e dall'altrettanto preoccupante incertezza del quadro economico e delle strategie imprenditoriali, emerge un principio condiviso: per ridare competitività al Sistema Italia è necessario investire sulla formazione delle risorse umane e sulla ricerca. Se dalle valutazioni generali di sofferenza della produzione italiana sui mercati esteri, passiamo ad analizzare il ritardo strutturale in cui versa il Mezzogiorno, comprendiamo come la situazione di disagio congiunturale diventa ancora più drammatica e difficile da gestire nelle regioni del Sud rispetto al resto del Paese. Formazione e Ricerca sono indispensabili per dotare l'impresa meridionale degli strumenti base per sopravvivere prima e crescere poi, quando l'attuale crisi generale sarà superata e il ciclo economico conoscerà una nuova fase espansiva. Ma come intervenire, quali strumenti utilizzare, cosa fare che non sia stato già sperimentato, questi sono i prin-

cipali interrogativi che le Istituzioni, e quindi la politica, devono porsi per aiutare il sistema meridionale a uscire definitivamente dalla condizione di subalternità economica e culturale in cui purtroppo versa da sempre. Le risposte, soprattutto negli ultimi anni, sono state numerose e articolate. È stato dato risalto alla politica della programmazione territoriale e dell'intervento mirato allo sviluppo armonico e vocazionale delle comunità locali, ma forse questo approccio, teoricamente valido, non si è dimostrato sufficiente, per le posizioni di grande ritardo di alcune aree territoriali, o per la diversa velocità tra burocrazia e competizione. La Fondazione Antonio Genovesi Salerno ha seguito attivamente l'evoluzione delle politiche di sviluppo locale e ha contribuito con le proprie attività istituzionali a realizzare azioni di empowerment sul territorio, sia agendo con la leva della formazione (giovani laureati e occupati in aziende locali), sia attraverso la ricerca socioeconomica e l'analisi territoriale. I risultati eccellenti riconosciuti dai partecipanti alle attività della Fondazione (aziende, giovani neolaureati) e da soggetti qualificati in campo nazionale, non hanno però determinato una situazione di coinvolgimento istituzionale sul territorio tale da conferire maggiore impulso alle attività di formazione e ricerca, a ben vedere proprio le stesse su cui istituzioni, analisti economici e politici pongono l'accento come i soli strumenti in grado di ridare competitività al Sistema. Nonostante sia difficile programmare le attività, perché non si riesce a reperire i



74

Nuova PHAETON 3.0 TDI

Un nuovo motore.
Una silenziosità esemplare.
Una nuova tecnologia.
Un'elasticità che è molto più di un'elasticità.
Tutta casa rende la nuova Phaeton qualcosa di unico.







Unica Concessionaria Ufficiale Volkswagen a Salerno e Provincia

Via S. Leonardo 78 Tel. 081/532558 www.autodue.it

finanziamenti in maniera continuativa e costante e, d'altro canto, non si è attivato in sede locale un sistema di finanziamento/investimento da parte delle Istituzioni, la SDOA, anche per l'anno che si inaugura con la partenza del Master in Direzione d'Impresa (MDI diciottesima edizione), ha previsto un calendario fitto di appuntamenti e ricco di offerte formative in linea con le esigenze di potenziamento competitivo delle aziende. Gli obiettivi della nuova offerta formativa sono sostanzialmente due: contribuire a specializzare il curriculum dei giovani che portano a termine il percorso di studio senza avere la possibilità di un confronto significativo e formante con la realtà operativa delle aziende; migliorare la capacità delle imprese e degli imprenditori di fronteggiare le sfide competitive dell'economia globalizzata, a partire dall'esigenza di creare le premesse per la crescita dimensionale e internazionale. Per raggiungerli la Scuola investirà ancora di più sull'offerta di formazione specializzante, attraverso il potenziamento della linea dei Professional Master, che ha completato l'offerta formativa della Scuola già forte di prodotti consolidati e di successo: il Master in Direzione d'Impresa, i Master specialistici (MIT - Master Internazionale del Turismo, MIM - Master in Marketing, QSA - Gestione Integrata dei Sistemi Qualità Sicurezza e Ambiente, MLT - Master in Logistica e Trasporti, MIPA - Master per l'Innovazione dei Processi Amministrativi), i Corsi specialistici per diplomati (IFTS, programmi post-diploma), i Progetti formativi per le imprese (Fondirigenti, Fondimpresa). Questo prodotto, lanciato da poco più di un anno, ha alcune caratteristiche molto interessanti per le aziende e per i potenziali partecipanti: la forte focalizzazione su un argomento specifico di solito coincidente con uno o più processi operativi aziendali connessi (formazione, organizzazione e gestione delle risorse umane; controllo di gestione, amministrazione e finanza; commercio internazionale e marketing; ecc.); la durata "breve" ri-

spetto a un Master specialistico del percorso d'aula (massimo 400 ore con presenza full time per 8 ore al giorno dal lunedì al venerdì); il coinvolgimento fin dalla fase di progettazione e lancio di aziende interessate ad "assorbire" in stage i partecipanti e la durata congrua dello stage (circa 3 mesi, coincidente con un normale periodo di prova per l'assunzione); il costo di partecipazione contenuto. A partire dal prossimo autunno sono previste ulteriori edizioni del F.O.R.U.M. - Formazione, Organizzazione e Risorse Umane, del Co.Ges. - Controllo di gestione e Finanza aziendale e del Co.i.Ma. - Commercio Internazionale e Marketing. Il F.O.R.U.M. è finalizzato a formare professional aziendali in grado di attivare processi di valutazione, selezione e sviluppo delle risorse umane presenti in azienda di piccole dimensioni, spesso penalizzate nei processi di crescita dalla difficoltà di attrarre e poi mantenere in organico professionisti con alto potenziale e competenze innovative. Il Co.Ges. vuole contribuire a creare un mercato di esperti nei processi di progettazione e gestione dei sistemi di controllo aziendale, anche al fine di migliorare la capacità delle aziende di programmare gli investimenti e di razionalizzare i costi operativi. Il Co.i.Ma., invece, è la risposta formativa all'esigenza delle imprese di potenziare il proprio organico con risorse capaci di gestire un programma di sviluppo del business su scala internazionale e di operare con gli strumenti contrattuali e finanziari tipici della negoziazione con l'estero. Ai tre Professional Master già in calendario, saranno aggiunti nuovi prodotti della stessa linea, anche a partecipazione mista, neolaureati in cerca di inserimento lavorativo e occupati in azienda, con forme flessibili di partecipazione. I nuovi temi saranno: l'organizzazione dei processi operativi e i sistemi di certificazione della qualità, il sistema logistico integrato, la progettazione di un nuovo business e la creazione di imprese innovative ad alto contenuto di know how tecnologico. ■

SDOA Scuola di Direzione
e Organizzazione
Aziendale 
della FONDAZIONE ANTONIO GENOVESI SALERNO

Formazione specialistica
Orientamento professionale dei giovani
Assistenza Progettuale ad aziende ed enti
Creazione d'Impresa
Progetti Internazionali
Ricerca

Master in
General Management
Accreditato

IVIASFOR

Ai 2004, grazie alla SDOA, 1885 giovani lavorano in primarie aziende nazionali e multinazionali.

Via G. Pellegrino, 19 - 84019 Vietri sul Mare (SA)
Tel. 089 761166 - Fax 089 210002 - email sdoa@sdoa.it - sito web www.sdoa.it

ANCE Salerno



I NUOVI PROGRAMMI RESIDENZIALI A RISCHIO "L'IDENTITÀ" DI SALERNO

Per la città un progetto fatto di aree attrezzate e luoghi di ritrovo

ANTONIO LOMBARDI

Presidente ANCE Salerno info@costruttori.sa.it

Le politiche abitative costituiscono senza dubbio uno dei terreni sui quali le amministrazioni locali saranno di qui a poco chiamate a cimentarsi non senza grandi difficoltà: la richiesta di nuovi alloggi cresce in maniera esponenziale, ma reperire le risorse necessarie per avviare nuovi programmi residenziali presenta non poche problematiche. Alcune di queste sono indubbiamente di carattere urbanistico: occorre individuare nuove aree da destinare a civili abitazioni, e in agglomerati urbani cresciuti spesso a dismisura, senza un'accorta pianificazione e senza alcuna previsione di crescita e di sviluppo, questo non sempre può rivelarsi agevole. Ma anche dal punto di vista politico l'avvio di una seria e concreta "politica della casa" presenta ostacoli non facili da superare, se non al prezzo di lunghe, tortuose, estenuanti e non sempre fruttuose mediazioni: prevedere nuovi quartieri, spazi da destinare ad abitazioni, da più parti è ancora visto aprioristicamente come un'aggressione del territorio, una "cementificazione selvaggia", un intervento insomma non in linea con le esigenze di una collettività che continua d'altro canto a reclamare i suoi spazi, peraltro costituzionalmente garantiti. A queste problematiche di carattere generale, che toccano purtroppo l'intero Paese, se ne assommano di altre tipicamente meridionali, che rendono il quadro ancor più complesso e di non semplice risoluzione: le risorse finanziarie scarseggiano, le poche disponibili consentono interventi per nulla soddisfacenti ri-

spetto alla consistenza della domanda, il concorso dei privati ove esistente è ancora troppo marginale, la sinergia tra le varie amministrazioni preposte (comuni, regione, lacp e quant'altro) è ancora ben lontana dai canoni di una necessaria efficienza e di una tempistica in linea con la gravità dell'attuale situazione.

Intanto, si continua colpevolmente a sottovalutare l'enorme disagio che tocca particolarmente le fasce sociali più giovani e deboli, e segnatamente le nuove coppie: basta scorrere anche superficialmente i registri matrimoniali del Comune di Salerno per scoprire che una cospicua percentuale delle nuove famiglie ha scelto di spostarsi in comuni limitrofi. Una scelta, questa, quasi mai legata a una effettiva volontà dei coniugi, ma il più delle volte imposta dalle circostanze. Il mercato immobiliare, segnatamente nel comune capoluogo, sfugge ormai a qualsiasi logica: manca una adeguata politica abitativa, i (pochi) nuovi insediamenti residenziali realizzati soddisferanno pochissime famiglie, quelli previsti dal nuovo piano regolatore saranno a esclusivo appannaggio di categorie determinate di utenti (segnatamente quelli che lavorano nella pubblica sicurezza), lasciando insoddisfatta la parte più cospicua della domanda. A tutto si contrappone, aggravando ulteriormente la situazione, un'offerta che rasenta ormai l'irrazionalità, con quotazioni al metro quadro che in centro come in periferia sfuggono a qualsiasi logica, complice una





HEADQUARTER ITALY
Viale della Repubblica, 8
00187 Roma
Tel. +39 06 4744 40 01
Fax +39 06 4744 40 02

STABILIMENTO
Viale della Repubblica
04021 Sesto San Giovanni (RM)
Tel. +39 06 228 918 111
Fax +39 06 228 918 112

Site: www.involon.com
info@involon.com

FILM SOLUTION



ALTRI STABILIMENTI

| | |
|------------|------------|
| 00100 Roma | 00100 Roma |

We're part of your product

penuria di appartamenti che rende i proprietari immobiliari liberi di determinare le condizioni del mercato. Normale che in questo contesto una giovane famiglia (monoreddito, ma anche con due redditi: la situazione in quest'ultimo caso non muta di molto) non possa far altro che emigrare, prediligendo quelle aree dell'hinterland, peraltro ben collegate al capoluogo, dove ancora è possibile metter su casa a condizioni ragionevoli o, quanto meno, accessibili. Ma "emigrare" non è purtroppo l'unico effetto negativo della grave situazione in cui versa il comune capoluogo: un'altra conseguenza devastante è che il patrimonio immobiliare esistente si sta concentrando nelle mani di pochi affaristi, spesso non salernitani: si sta insomma violentando e snaturando il tessuto sociale cittadino, espellendo la popolazione autoctona, attirando (sia pure con scelte politiche indirette o collaterali) speculatori e innalzando pericolosamente l'età media della popolazione residente. È ovvio che un simile contesto imponga scelte politiche precise e tempestive: in gioco è l'identità stessa di una città che rischia di trovarsi, di qui a qualche anno, profondamente diversa, ancor più di quanto non lo sia oggi rispetto a qualche decennio fa. Le strategie politiche da seguire impongono una grande elasticità mentale, una enorme capacità di conciliare la penuria di risorse pubbliche disponibili con il coinvolgimento di capitali privati e con una grande sinergia tra le varie amministrazioni. Per calmierare il mercato non esiste altra strada che introdurre un fattore di destabilizzazione dell'attuale grave situazione: fattore che può essere rappresentato solo da un programma straordinario di edilizia abitativa che contempli la realizzazione di un numero considerevole di alloggi da riservare alle fasce sociali con reddito medio-basso. Non solo: è necessario che questi appartamenti vengano alienati o locati a prezzi "calmierati" per dare una scossa vigorosa all'intero

mercato immobiliare cittadino. Una politica, quest'ultima, sulla quale le amministrazioni devono inevitabilmente coinvolgere capitali privati che possono svolgere un ruolo di primissimo piano, remunerando i loro investimenti attraverso la gestione, la manutenzione e l'alienazione dei nuovi insediamenti abitativi attraverso strategie di intervento pre-determinate e "pre-concertate" con gli enti locali. Ma perché tutto ciò avvenga occorre davvero una strategia politica di ampio respiro: al momento le difficoltà non sono soltanto di ordine finanziario. Il piano regolatore, salvo qualche marginale intervento nella zona orientale, non prevede grossi insediamenti abitativi, nuovi agglomerati di case che consentano di perseguire gli scopi e le finalità indicate. Occorrerebbe insomma rivedere parte della pianificazione urbanistica per avviare poi tutti gli adempimenti consequenziali: s'imporrebbe, insomma, un iter procedurale lungo e complesso che stride non poco con la necessità di intervenire in tempi ragionevoli. La grande sfida sulla quale Salerno scommette la propria identità, prima ancora che il proprio futuro, è proprio sui "nuovi quartieri": nuove aree da destinare all'edilizia abitativa ma che contemplino anche spazi a verde, aree attrezzate, luoghi di ritrovo e di sviluppo della socialità. Un progetto complessivo, insomma, che lungi dall'attuare la tanto temuta e vituperata "cementificazione selvaggia", consenta a tante famiglie di metter su casa e di crescere in spazi e luoghi adeguati allo sviluppo della loro personalità. Parti armoniche della città, insomma, e non ghetti di periferia, realizzati con interventi moderni ed ecocompatibili che non creino cioè motivi di stridente frattura col territorio circostante. È solo attraverso questi nuovi quartieri che la città può ritrovare se stessa e riconquistare una identità che, purtroppo, da diversi anni a questa parte, si sta pericolosamente e colpevolmente dissolvendo. ■

ANCE

Associazione Costruttori Salernitani

Via Gallappo, 15 - 84128 Salerno Tel. 089.751736 - 751656 - Fax 089.759630

Web: www.costruttori.sa.it @: info@costruttori.sa.it

Business



LA TURCHIA VERSO L'UNIONE EUROPEA L'ALTRA FACCE DI UN PAESE DA SVELARE

Un territorio giovane, avanzato e civile ma economicamente ancora precario

SANTOLO CANNAVALE

Esperto di Mercati Finanziari s.cannavale@virgilio.it

La Turchia, con una superficie pari a circa tre volte l'Italia, conta 69 milioni di abitanti, un terzo dei quali concentrati presso pochi nuclei urbani ad alta densità abitativa. La sola Istanbul ne ha 16 milioni distribuiti su un territorio lungo 120 km e largo 30, segnato dal passaggio del Bosforo. Altre città con elevata densità abitativa sono: Ankara con 4 milioni, Konia con 2, Izmir 3, Antalya 2, Adana e Bursa con 1 milione. In questo mese, come previsto dal Consiglio di Copenaghen del 2004, partono i negoziati che dovrebbero portare all'ingresso della Turchia nell'UE o rimandare ancora una volta l'avvio di un processo che, per quanto lungo e laborioso, sarebbe probabilmente irreversibile. Alcuni ipotizzano di offrire alla Turchia una "partnership privilegiata", tra questi Angela Merkel, leader CDU tedesca. Le preoccupazioni non riguardano solo la prospettiva di dare libero accesso in Europa a una massa enorme di musulmani (i cristiani rappresentano l'1% della popolazione), ma anche le condizioni precarie dell'economia turca e la persistenza del problema curdo. È forte, tuttavia, il timore che un diniego all'ingresso nell'UE avrebbe l'effetto di gettare davvero la nazione nelle braccia dell'Islam. La Turchia fa parte della NATO dal 1952 e sin dall'inizio, per la sua posizione strategica, è stato uno dei paesi cardine dell'alleanza. La stabilità politica e il rigore nelle politiche macroeconomiche degli ultimi anni non appaiono ancora sufficienti per mettere al riparo la Turchia da crisi economico-finanziarie. Essa, infatti, rimane esposta sui mercati finanziari per il notevole debito pubblico, 236 mld di dollari al 31/12/2004, pari al 70% del PIL, caratterizzato da una quota elevata di debito a breve termine indicizzato e denominato in valuta estera. Nel 2004 il 41% dello stock del debito era regolato a tasso fisso, il 40% a tasso variabile e il 19% era denominato o indicizzato a valute estere; la composizione del debito è tale da esporre a rischio il Paese nel caso di un indebolimento del cambio e di rialzo dei tassi di interesse. Il servizio del debito nel 2004 ha richiesto l'esborso di 31 mld di dol-

lari. La previsione è di 36,6 mld per l'anno in corso e di 40,7 mld per il 2006; per tale anno si prevedono rimborsi di capitale per 30,7 mld di dollari e 10 per pagamenti di interessi. Il Ministro dell'Economia, Babacan, ha confermato la crescente attenzione per la gestione dell'indebitamento statale. Per il 2005 si prevede un deficit del bilancio pubblico pari al 7% del PIL. L'economia turca ha registrato nel 2004 una crescita dell'8,9% del PIL, pari a 336 mld di dollari in valore assoluto. La minore domanda interna di consumi fa prevedere per l'anno in corso una crescita dell'economia intorno al 5,5%. La Banca Centrale turca ha fissato l'obiettivo di inflazione all'8% per fine 2005 e una convergenza verso l'inflazione della zona Euro entro il 2008, a conclusione del programma triennale concordato con il Fondo Monetario Internazionale (FMI). La stessa Banca Centrale, a inizio giugno 2005, ha ridotto il tasso di sconto dal 18 al 14,25%, in raccordo con le aspettative di crescita dell'economia e dei prezzi al consumo. La liquidità presente nel sistema continua a essere elevata: a fine 2004 la massa di moneta in circolazione (aggregato M2) risultava aumentata del 22% e il credito interno del 21%. La lira turca si è apprezzata di circa l'8% nel corso del 2005 rispetto all'euro; la circostanza ha rilevanza tenendo conto dell'elevata quota di commercio - oltre il 50% - che la Turchia intrattiene con l'UE. La minore competitività del cambio ha influenzato negativamente la domanda estera: dopo un aumento del 33% nel 2004 a 63 mld di dollari, nel 1° quadrimestre 2005 le esportazioni sono cresciute del 22%. Il contestuale aumento delle importazioni (+40% nel 2004 a 97 mld di dollari e +24% nel 1° quadr. 2005) ha determinato un deficit commerciale di 34 mld di dollari nell'anno scorso e di 12 mld nei primi quattro mesi del 2005, tradottosi in un incremento del deficit di conto corrente (-15 mld di dollari nel 2004 e -8,4 mld nei primi quattro mesi del 2005). Sono previsti fondi in arrivo da parte del FMI (4,4 mld di dollari), maggiori flussi di investimento da estero per 4,4 mld di dollari e crediti da

parte di banche commerciali per 8,5 mld di dollari. Il FMI ad aprile 2005 ha approvato in favore della Turchia un piano di aiuti triennale per circa 10 mld di dollari, da erogare in 11 tranches, al fine di creare le condizioni per una crescita economica sostenuta e facilitare il processo di convergenza verso i Paesi UE. La Turchia beneficia di programmi di assistenza finanziaria da parte della UE attivi dal 1999 che hanno consentito al Paese aiuti per circa 200 mln di euro l'anno, erogati nella forma di donazioni non rimborsabili. Essi sostengono progetti per infrastrutture e per la coesione socio-economica. Anche la Banca Europea degli Investimenti (BEI) assiste la Turchia, con interventi che coprono il 50% del costo dei progetti finanziabili, attraverso prestiti individuali o globali. Obiettivo prioritario è la riduzione del tasso di disoccupazione che a metà 2004 era pari al 16% nelle aree urbane e interessava il 30% della fascia di popolazione più istruita. Il Governo turco ha rilanciato le privatizzazioni, dopo gli interventi sul sistema bancario e quello fiscale. Negli ultimi due anni sono state approvate importanti riforme strutturali quali la legge quadro sugli investimenti estero diretti; la normativa che disciplina la creazione di imprese; la riforma del mercato del lavoro; la legge sul controllo della finanza pubblica; la normativa sugli appalti pubblici; la liberalizzazione del mercato elettrico, del gas, degli alcolici e della telefonia fissa. Dignità, compostezza e disponibilità al dialogo contraddistinguono un popolo del quale si enfatizzano le pratiche religiose, anomale per l'occidente europeo. I Turchi evidenziano con convinzione la laicità dello Stato e tendono a coniugare modernità e salvaguardia dei principi di base della nazione che ne consentono la coesione. Sono sensazioni e sentimenti che si avvertono visitando la Turchia. Il regista turco Ferzan Ozpetek di recente ha osservato: «...Da quando la religione ha confuso le cose, gli occidentali tendono ad assimilare i turchi al mondo arabo. Ma il nostro è un

paese molto avanzato e civile...». La maggioranza della popolazione al momento appare poco interessata alla questione dell'adesione all'UE che, in ogni caso, richiederebbe un periodo transitorio di dieci anni almeno. Apprezza però i pagamenti in euro. I cittadini turchi hanno esatta percezione dell'importanza della stabilità monetaria, convivendo con un'inflazione che, negli anni scorsi, ha raggiunto livelli del 60% annuo. I turchi avevano imparato a proteggere i propri risparmi dalla forte perdita di valore convertendoli in marchi tedeschi. In occasione del passaggio alla moneta unica europea, hanno cambiato in euro notevoli quantità di marchi, a conferma dei flussi monetari verso il Paese di origine da parte della corposa comunità turca presente in Germania. Dal 1° gennaio 2005 nel Paese circola la nuova lira turca che ha visto la scomparsa degli zeri milionari; transitoriamente si utilizza anche la vecchia lira con l'indicazione "un milione". Al cambio attuale la nuova lira vale circa 64 centesimi di euro. In Turchia una dotazione fissa accompagna le abitazioni: l'antenna parabolica per la ricezione del segnale televisivo e l'impianto a pannelli solari per il riscaldamento dell'acqua, anche nelle zone più disagiate della Cappadocia. Con il prezzo del petrolio grezzo oltre i 60 dollari al barile, la scelta adottata a livello nazionale di utilizzare energia solare, si traduce in un risparmio di milioni di dollari. L'agricoltura contribuisce al 10% del PIL e impiega il 35% della forza lavoro. I prodotti dell'industria tessile rappresentano la prima voce dell'export. Il comparto dell'edilizia è un importante volano dell'economia turca, complice anche l'impennata dei prezzi delle abitazioni. Il turismo offre un impareggiabile contributo all'economia nazionale, potendo contare su adeguate strutture alberghiere, località di grande attrazione e sulle ricchezze della storia millenaria del Paese. La giovane età media della popolazione rappresenta un punto di forza per lo sviluppo. ■

Qualità a tutte le ore

A tutte drink generation in tutti i bar, in tutti i gusti




La Doria S.p.A.

Sede: Via Nazionale, 320 - 84012 ANGI (SA)
 Tel. (+39) 081.5166269
 Fax (+39) 081.5135987 (Comm.le Italia)
 Fax (+39) 081.5135988 (Comm.le Estero)
 Internet: <http://www.ladoria.it>
 e-mail: sales@ladoria.it




Club Qualità



LA CONSULENZA DI DIREZIONE OFFERTA ED EROGAZIONE DEL SERVIZIO

Una breve analisi delle norme che fissano i criteri per gestire l'intero processo

PIERFRANCESCO MASTROSIMONE

Componente Club Qualità - Assindustria Salerno p.mastrosimone@4con.it

Introduco queste note sulla "Consulenza di Direzione" con il ricordo di un colloquio intercorso, mesi fa in treno, tra un anziano viaggiatore e me. Questi, incuriosito dai contenuti di mie telefonate, mi chiese lumi sul mio lavoro. Gli risposi vagamente che ero un "Consulente d'azienda". Notata, poi, la sua perplessità, gli descrissi, con parole semplici, le mie attività. Giunti a Salerno, mi salutò dicendo: «Ho capito che l'attività dei consulenti è interessante e coinvolge responsabilità. Immagino che potete anche combinare dei gran pasticci. Se ci capiterà di rincontrarci, mi piacerebbe capire come le aziende vi scelgono e con che strumento si garantiscono che riceveranno proprio ciò che avete promesso prima di iniziare il lavoro». Con dire acuto, quella persona, affatto sprovveduta, aveva compreso le criticità specifiche al contenuto della nostra professione, ma aveva anche intuito le difficoltà connesse alla formulazione di efficaci rapporti contrattuali (e operativi) con i clienti. La frase di quel compagno di viaggio mi ricorda anche le numerose "non conformità", che da valutatore Iso 9001, rinvengo nei processi di acquisto e vendita di organizzazioni di ogni tipo. Ciò specie nella vendita e negli approvvigionamenti di attività professionali, di consulenza e di servizi in genere. In effetti è una lacuna gestionale molto diffusa. Devo anche constatare che consulenti improvvisati emettono spesso documenti sintetici (direi vaghi), con cui descrivono i requisiti del servizio offerto. Le aziende,

d'altro canto, non sanno pretendere (o leggere) offerte chiare e circostanziate. Ciò determina che documenti diversi, per "spessore" dei contenuti, sono spesso confrontati sulla base della sola valutazione economica. Quante aziende ho trovato, infine, impantanate in progetti di consulenza diventati "tele di Penelope" da cui non riuscivano a districarsi. Ciò perché mal gestite le fasi precontrattuali, vago il contratto, inadeguatamente pianificate e monitorate le attività di implementazione. Da quell'occasionale colloquio nasce, quindi, l'idea di approfondire l'applicabilità di linee guida, di validità generale, emesse da Organismi di Normazione, e utilizzabili sia da noi consulenti che dai nostri clienti. Strumenti che dovrebbero aiutare a rendere più efficace, per entrambe le parti, la formalizzazione del rapporto contrattuale (sin dalla fase di offerta) e il processo di erogazione del servizio, controlli finali compresi. In Italia, l'UNI (l'Ente Nazionale Italiano di Unificazione) con la sua Commissione "Servizi" ha emanato due norme il cui contenuto viene proprio incontro alla problematica segnalata. Tali Norme, entrambe del giugno 2003, sono:

- UNI 10771: "Consulenza di Direzione - Definizioni - classificazioni - requisiti e offerta del servizio";
- UNI 11067: "Criteri di erogazione e controllo del servizio".

Esse andrebbero lette nell'ordine in cui le ho riportate. L'UNI, innanzitutto, vuole fare chiarezza sulla terminologia (vedi UNI 10771) e definisce la Con-



80

MERCANTILE ACCIAI

LAVORAZIONE ACCIAIO SOTTILE PER CONTENITORI METALLICI

via R. Ciancio, 20 - 84080 Lanzara di Castel San Giorgio (SA)
www.padovani-group.com - info@padovani-group.com - tel. +39 081 5162809 - 9935311 - fax +39 081 5162873

sulenza di Direzione (o "management consulting"): «Attività di libera professione, finalizzata alla fornitura, intesa come progettazione ed erogazione, di servizi immateriali e intellettuali esercitata individualmente, in gruppo o in forma di società e i cui clienti sono soggetti collettivi (imprese/organizzazioni/enti). Essa prevede il rispetto di valori e di regole di comportamento (etica)». Questa definizione è ampia e può comprendere anche altre attività intellettuali, oggi gestite nell'ambito di Albi Professionali. Per esempio, e parlo per mie trascorse esperienze, le due norme (entrambe gestionali) possono essere totalmente applicate a studi e società d'ingegneria. Ciò senza entrare in contrasto con la legislazione che fissa competenze e responsabilità delle figure coinvolte. La UNI 10771 identifica e classifica le tipologie di consulenza (ne fissa 9) e le aree di attività su cui possono esplicitarsi tali tipologie di consulenza. Le aree di attività sono:

- Strategie e General Management.
- Marketing e vendite.
- Supply Chain (tutti i processi interni a un'organizzazione che produce).
- Organizzazione.
- Risorse Umane.
- Amministrazione Finanza e Controllo.

Del contenuto di ognuna di tali aree di consulenza, viene fornito ampio dettaglio (UNI 10771). Rimando alla norma in questione, per gli approfondimenti, ma segnalo che, nella categoria Organizzazione, l'UNI pone le consulenze relative alla Qualità, la Sicurezza e l'Ambiente. Sempre nell'Organizzazione sono inserite le consulenze sulle tecnologie della informazione e comunicazione (ITC). Le consulenze che impattano la produzione dei prodotti (dalla progettazione fino a spedizione a cliente) sono nell'area Supply Chain. Il Sistema di Controllo di Gestione, il Sistema Amministrativo (contabilità generale e industriale) fanno capo all'ultima delle

aree. Da quanto sopra si evince anche che tutto quello che noi identificavamo e chiamavamo "consulenza aziendale" è oggi, per l'UNI "Consulenza di Direzione". L'UNI, con le due norme in questione, fissa con buona precisione i criteri per gestire l'intero processo: dalla formalizzazione dell'offerta e del contratto (UNI 10771) fino ai criteri di erogazione e controllo del servizio (UNI 11067). La UNI 10771 espone, infatti, nel dettaglio i possibili contenuti di un'offerta di consulenza, ovviamente da specializzare per uno specifico progetto di consulenza. Enfasi, tra i tanti requisiti da prendere in esame prima di elaborare un'offerta, viene data all'analisi delle competenze necessarie al progetto, al rispetto dei valori e della cultura del cliente, alla comprensione della effettiva situazione e alle esigenze prioritarie e aspettative dell'organizzazione del cliente (diagnosi e analisi di fattibilità). La norma elenca, infine, le voci che costituiscono il contenuto tipo di un contratto di servizio di consulenza. La UNI 11067 fornisce chiare indicazioni su come gestire il progetto di consulenza, una volta acquisito il contratto. Essa ha taglio operativo e inizia descrivendo il contenuto di un piano di lavoro. Esso, in effetti, altro non è che il Piano Qualità (ISO 9000) di una commessa di consulenza. La UNI 11067 guida anche a fissare le responsabilità del consulente e del cliente, a gestire le risorse coinvolte nel progetto, a realizzare il piano di lavoro (erogazione del servizio e relative misure), a valutare la soddisfazione del cliente. Per concludere, ritengo che le organizzazioni che erogano servizi di consulenza, anche se certificate ISO 9001, dovrebbero includere, tra i riferimenti normativi utilizzati dal loro Sistema gestionale, anche queste norme. Un'impresa, invece, che ha necessità di acquistare servizi di consulenza, dovrebbe preventivamente far consultare tali norme alle funzioni aziendali che interfacceranno la consulenza. ■

info@italcrom.it

www.italcrom.it

info@italcrom.it

ITALCROM
painting technology



**Ad ogni
esigenza
il suo colore**

Turismo

TURISMO: ESTATE 2005 VENTI DI CRISI PER LA CAMPANIA

La nostra regione scende ancora nella graduatoria dei territori più visitati

di LUISA CAVALIERE Titolare Hotel Giacaranda

Muove decine di milioni di euro, sposta migliaia di persone, muta per intere stagioni, il panorama dei luoghi che attraversa ma, spesso, è invisibile o, peggio, guardato con indifferenza dai programmatori pubblici dello sviluppo. Il turismo, un settore vitale per il nostro Paese e per le regioni meridionali, soffre per una crisi che ha ragioni antiche e che si intrecciano perversamente con le miopie e le sottovalutazioni di oggi. L'estate 2005 va rapidamente archiviata come fra le più brutte degli ultimi 10 anni (limite i miei appunti a quanto è avvenuto in Campania e a quanto, nella nostra realtà, è deducibile dalle prime cifre sulle presenze e sul volume complessivo di affari). Un calo che si aggira intorno al 20%, differentemente distribuito nelle varie aree, ma ugualmente drammatico. Questioni strutturali che si sommano a fattori congiunturali. La crisi economica e la conseguente, vertiginosa, riduzione delle spese "inutili" (e la vacanza è certamente tra queste), hanno generato un vero e proprio crollo che non è stato contrastato da nessuna scelta strategica capace di prevedere e, quindi, di provvedere, a misure di contenimento del danno sul breve periodo e di individuazione di scelte di prospettive per il futuro. L'immagine che abbiamo trasmesso è stata quella di una regione assediata dai rifiuti, di città aggredite da una malavita più che mai arrogante e pericolosa (oltre che razzista), di spiagge sporche e costose, di una proposta culturale scoordinata e "tradizionale". Si ci può assuefare a tutto questo? Possiamo pensare, soprattutto noi operatori e operatrici del settore, di rassegnarci a un declino che appare minaccioso e inevitabile come un destino già segnato? Possiamo rinunciare a contrastare tendenze che possono portarci, in pochissimi anni, (come in parte è già avvenuto) a non essere più il Bel Paese, meta sognata da tutti i viaggiatori e viaggiatrici del mondo? Credo proprio di no. Continuo a pensare, nonostante tutto, che qui, più che altro-

ve, nel Mezzogiorno più che al Nord, sia necessario un coordinamento continuo e fecondo fra gli attori di una scena che può (ancora) costituire una grande occasione di ricchezza e di sviluppo. Protagonisti pubblici (Regioni, Comuni, Enti territoriali minori) e privati; Università, Associazioni di categoria, centri di ricerca, dovrebbero imparare a pensare e a progettare insieme o, perlomeno, a programmare i propri interventi, le proprie azioni, seguendo linee guida comuni, idee innovative, individuando Paesi cui rivolgere la propria promozione, interlocutori da privilegiare, definendo strategie capaci di cogliere i mutamenti verificatisi nella figura del turista e nelle ragioni che spingono al viaggio senza cadere nella trappola di quella demonizzazione (o, specularmente, della sottovalutazione) del turismo di massa, che ha impedito a tanti programmatori dello sviluppo di pensare a ciò che accadeva come una grande occasione economica e culturale, e che ha lasciato, alla più distruttiva spontaneità, un fenomeno che ha cambiato nel profondo i modelli culturali di milioni di uomini e donne. Noi offriamo beni complessi (monumenti, siti archeologici, tradizioni enogastronomiche, cultura materiale, natura) che hanno bisogno di essere immessi sul mercato con grande attenzione e, anche, con la consapevolezza che non è per esempio (come sciaguratamente, invece, spessissimo si fa) offrendo identità fittiziamente conservate (ricostruite ed esibite come originali) che si promuove un circuito virtuoso, che si genera immagine, che si produce qualità. Nell'elegiaca riproposizione (in centinaia di inutili convegni, e di stupide sagre) della "dieta mediterranea" c'è la riduzione caricaturale di un capitolo che potrebbe, invece, essere insieme oggetto della crescita e della riflessione tanto sul versante nostro (dell'offerta) quanto su quello del turismo da attrarre. Il Mediterraneo non è uno. La sua cultura e la grandissima rilevanza che ha avuto nella storia dell'umanità sta proprio nel-



Una veduta di Punta Licosa - Salerno

le sue differenze, nei suoi mille colori, nelle sue variegata abitudini. Il rischio è di renderlo un grottesco simulacro di ciò che fu, senza vedere ciò che realmente è diventato, ciò che siamo noi oggi. Solo costruendo una relazione "moderna" con il luogo che abitiamo, rispettandone le vocazioni ambientali e considerando le sue bellezze, le tracce del passato che (spesso malamente) custodisce come il vero "bene" che possiamo offrire, possiamo tentare di invertire la sciagurata linea di tendenza che, in pochi anni, ci ha fatto perdere il primo posto nella graduatoria mondiale dei Paesi più visitati. Trovo irritante il proliferare degli "agriturismo" nella nostra realtà per moltissime ragioni ma, soprattutto, perché, da una parte, mutua da altre realtà un modello senza fare lo sforzo di delinearne uno legato alla nostra cultura dell'ospitalità e dell'abitare e, dall'altra, insegue il finanziamento pubblico (e su di esso si modella) quasi come sua unica ragion d'essere. Il turista e la turista sono "l'altro/a" che incontriamo, un ospite che viene a farci visita e al quale dobbiamo offrire il meglio di noi preparandoci in tempo alla sua venuta, invitandolo efficacemente nella

sua lingua, trovando nella sua cultura le ragioni che possono spingerlo a venire da noi e a fermarsi costruendo con noi una feconda relazione, uno scambio vero. I moderni nomadi si spostano per ragioni diverse da quelle del passato. Si viaggia inseguendo un concerto rock o per visitare siti dell'archeologia industriale, o per osservare i mutamenti che l'urbanistica impone alle città, o per degustare un vino nella terra che lo produce. Più che pensare a come "fregare" o "ingannare" chi arriva, più che programmare iniziative culturali capaci (al massimo) di soddisfare esigenze di ristretti gruppi di operatori, sarebbe tanto più produttivo (anche economicamente) interrogarsi sulle implicazioni profonde del turismo, sul suo significato "antropologico", sulle risorse finanziarie che può generare, sugli effetti virtuosi che può produrre, sull'occupazione che è capace di creare. Con aristocratico (e ignorante) disprezzo in un incontro pubblico un'amministratrice, tra l'altro autorevole, alla mia richiesta di interventi seri per il turismo obiettò: «Non possiamo riempire il Mezzogiorno di receptionist e camerieri! Sono altri i settori che producono sviluppo e competitività!». Io, invece, continuo a pensare che le regioni meridionali debbano proprio puntare sul turismo come settore strategico del loro rilancio economico. E se dovessi suggerire al coordinamento dei "Governatori" del Sud da poco avviato un ambito da privilegiare, gli direi di nominare un'autorità (collegiale) capace di considerare il Sud come un'area "omogenea" e insieme profondamente differenziata al suo interno, individuando strategie efficaci per "venderla" sul mercato internazionale, guardando alle locali vocazioni, privilegiando l'ambiente (non solo naturale), promuovendo occasioni di formazione (anche di altissimo livello) per quelli che già operano e per quanti nel turismo vogliono lavorare. ■

METZELER 
Automotive Profile Systems

Unità Operativa Battipaglia - Agglomerato Industriale
84091 Battipaglia (Sa) Tel. 0828.30.61.11 - Fax 0828.30.69.59



Relazioni Industriali



ASSENTEISMO PER MALATTIA UN FENOMENO IN ASCESA

Sintesi e risultati dell'indagine promossa presso le Aziende di Assindustria Salerno

LAURA LANZARA

Area Relazioni Industriali - Assindustria Salerno l.lanzara@assindustria.sa.it

Nel corso del mese di marzo, traendo spunto dalle segnalazioni ricevute, abbiamo avviato un'indagine, che si è conclusa il luglio scorso, presso la nostra base associativa al fine di avere una cognizione "documentata" del problema dell'assenteismo per malattia in Azienda. Il fenomeno, infatti, noto e sentito dalle Imprese in particolare nell'aspetto del micro-assenteismo, sta facendo registrare negli ultimi anni una sua intensificazione e recrudescenza. Imprese appartenenti a diversi settori, di differenti classi dimensionali e ubicate in varie aree della provincia, continuano a segnalare, ancorché in maniera informale, il problema delle ripetute assenze dal lavoro per malattia dei propri dipendenti e la "facilità" con cui i medici rilasciano le certificazioni. È del tutto evidente che le assenze per malattia,

in particolar modo quelle da uno a tre giorni, creano notevoli disagi organizzativi e incidono fortemente sui costi aziendali. In questi casi il controllo sullo stato di salute del dipendente attraverso lo strumento tradizionale della visita domiciliare potrebbe risultare poco incisivo, oltre che costoso. Dunque, per capirne le cause e tentare di arginare il fenomeno, abbiamo fatto appello al consueto senso di collaborazione delle nostre Aziende associate in grado di trasferirci la dimensione reale del fenomeno in oggetto e consentirci di intervenire, laddove possibile, nel modo migliore. L'indagine è stata promossa e avviata attraverso l'invio di una lettera di presentazione con allegata una Scheda di Rilevazione a tutte le Aziende associate ad Assindustria Salerno cui è stato chiesto di fornire una serie di valori e indicazioni che inte-

ressano l'anno 2004. Il nostro campione di riferimento abbraccia il comparto metalmeccanico, il chimico, il terziario avanzato, il grafico/cartotecnico, l'alimentare, risultando, quindi, rappresentativo non soltanto rispetto alla totalità delle imprese associate, ma anche in relazione alla composizione dell'economia locale. Quanto alle caratteristiche dimensionali delle Aziende campione, è stata effettuata una suddivisione per classi: 0-15 dipendenti (classe 1); 16-35 dipendenti (classe 2); 36-50 dipendenti (classe 3); 51-100 dipendenti (classe 4); oltre 100 (classe 5).

Valori di Assenteismo

Il calcolo del tasso di assenteismo è espresso come percentuale tra le ore di assenza per malattia e quelle lavorabili in un anno. Per micro-assenteismo si è inteso il fenomeno che concerne le assenze

84

Essere o non essere un'azienda del circuito ECDL Italia.it?
C'è una bella differenza!

MEDIA LINE
group
www.media-line.it

Salerno
Via Pausanias 21 - I.P. 84131 Salerno
tel. 089.263.217 fax 089.263.6076
Napoli
Via P. Sannarino, 136 - 06025 Casertano (NA)
tel. 081.833.78.83 - fax 081.833.75.30
info@media-line.it



circuito
ECDL Italia.it

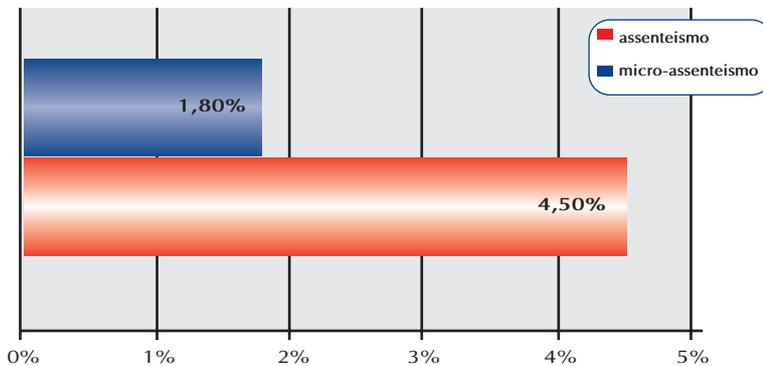


ICT

800-902873

GRAFICO 1

Rapporto tra assenteismo e micro-assenteismo. Valori medi aziende campione anno 2004



per malattia che vanno da 1 a 3 giorni. Venendo ai risultati e prendendo in considerazione tutte le Aziende del campione, è emerso un tasso di assenteismo medio nel 2004 pari al 4,50% delle ore lavorabili. Il valore espresso potrebbe apparentemente sembrare contenuto. Una più attenta riflessione deve, però, indurre a considerare che oggetto di esame sono le sole assenze per malattia. Il tasso, infatti, non contempla le assenze dovute ad altri motivi quali: maternità e allattamento; infortuni sul lavoro e malattie professionali; permessi retribuiti e non; congedo matrimoniale. Il dato sul micro-assenteismo si attesta, invece, sul valore dell'1,80% (v. Grafico 1). Si tratta di un

risultato che merita di essere considerato non in valore assoluto, ma in stretta correlazione con la percentuale di assenteismo della quale ne è parte. Infatti, nell'ambito delle assenze registrate a titolo di assenteismo per malattia (media del 4,50%) rientrano le assenze, sempre per malattia, che hanno una durata variabile da uno a tre giorni. Se si ragiona in termini di percentuali, ci si rende conto che il micro-assenteismo incide per il 40% rispetto al totale delle assenze per malattia. Questa conclusione conferma, dunque, che il fenomeno delle assenze brevi è molto ricorrente, per non dire esasperante. Restando ancora su quest'ultimo fenomeno, le assenze da 1 a 3 giorni si re-

gistrano in prevalenza per la categoria degli operai rispetto a quella degli impiegati. Infatti, dal monitoraggio risulta che di tutti i dipendenti interessati dalle assenze brevi, il 78% rientra nel profilo operaio. Per avere una percezione un po' più completa del fenomeno, potrebbe risultare interessante leggere qualche dato sull'argomento pubblicato da Federmeccanica che si riferisce, però, all'anno 2003 e alle sole aziende del comparto che, tuttavia, rappresentano molto il panorama industriale italiano. Ebbene, il tasso medio di assenteismo per malattia registrato nel 2003 si attesta al 4,4%, di cui l'1% è generato da assenze per malattie inferiori ai tre giorni. Tornando alla nostra indagine e aggregando le Aziende campione per settori di attività, emerge che le percentuali maggiori di assenteismo si attestano nei settori manifatturieri per eccellenza, ossia il chimico (v. Grafico 2) - nei suoi comparti gomma/plastica, vetro, ceramica - dove il tasso medio è pari al 5% (micro-assenteismo 1,50%), e nel metalmeccanico con un tasso medio del 4,70%




SUPERIAMO I CONFINI. CON VOI.

ESPORTARE VERSO I MERCATI EMERGENTI? FINANZIARE I PROGRAMMI DI INVESTIMENTO ALL'ESTERO? PROGETTARE SOLUZIONI DI CASH MANAGEMENT INTERNAZIONALE? OGNI VOstra ESIGENZA TROVA LA GIUSTA RISPOSTA NELLA GAMMA EXTRA. DOVUNQUE VI SERVA.

Perché il Gruppo Sanpaolo IMI mette al completo servizio delle aziende di ogni dimensione un network di 1700 Gestori dedicati, in oltre 250 punti operativi specializzati in operatività estera in tutta Italia, e la presenza diretta in più di 30 paesi. Per far superare i confini al vostro business, in Europa e nel mondo.

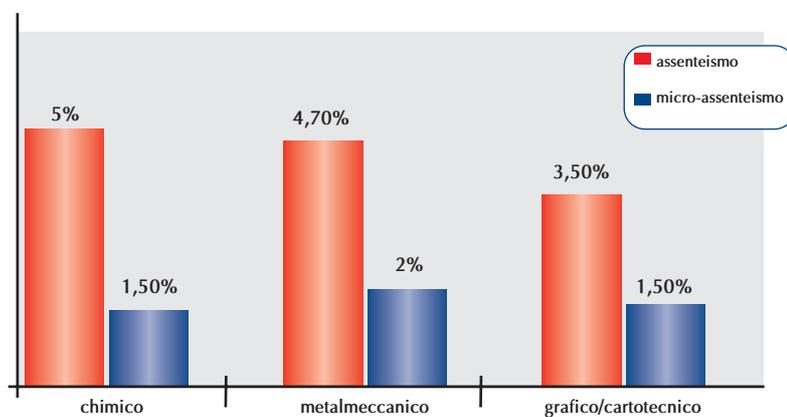
www.sanpaolobancudimipoli.com

www.sanpaoloimprese.com



Relazioni Industriali

GRAFICO 2 - Assenteismo e micro-assenteismo. Confronto fra settori



(micro-assenteismo 2%). A seguire si trova il settore grafico cartotecnico con un valore medio del 3,50% di assenteismo (micro-assenteismo 1,50%). Esaminando i dati a seguito di aggregazione delle Aziende per classi dimensionali come sopra individuate, si segnala che la classe 36-50 dipendenti è quella che registra i più elevati valori medi di assenteismo con un tasso del 5% e di micro-assenteismo al 2% (v. Grafico 3). Segue la classe 51-100 dipendenti con tassi medi del 4,7% di assenteismo e 1,70% di micro-assenteismo. Un assenteismo medio al 4% si trova nella classe 16-35 dipendenti in cui si attesta,

però, un micro-assenteismo all'1%. La fascia di Aziende che conta oltre 100 dipendenti, invece, si colloca al terzo posto con una percentuale di assenteismo pari al 3,8% e micro-assenteismo al 2%. In questa che è la fascia dove poteva ipotizzarsi il più elevato valore del fenomeno in esame, notiamo che invece così non è. Certamente un ruolo non secondario può essere attribuito alla contrattazione di secondo livello che, notoriamente, è perseguita proprio dalle Aziende di maggiori dimensioni. Tale strumento, infatti, contempla spesso misure e iniziative finalizzate a contenere il fenomeno dell'assenteismo.

Inoltre, in tale tipo di realtà aziendali è da non sottovalutare l'effetto della valorizzazione delle Risorse Umane che, insieme all'aspetto della generalmente maggiore attenzione all'ambiente di lavoro e alla sua vivibilità, determinano un maggiore grado di fidelizzazione dei dipendenti.

Visite fiscali di controllo e referti

Dall'indagine emerge in maniera chiara che le Aziende richiedono quasi sistematicamente la visita fiscale di controllo all'INPS per accertare lo stato di salute del dipendente che si assenta per malattia. La tendenza, d'altro canto, è in linea con la situazione registrata a livello nazionale che ha visto crescere di uno 0,7% le visite di controllo effettuate dall'INPS rispetto all'anno precedente. In un articolo apparso su IL SOLE 24 ORE di venerdì 22 aprile 2005, si riporta che, sempre nell'anno 2004, su 11,1 milione di certificati medici, per 4,9 milioni è stata confermata la prognosi, per un milione è stato richiesto l'intervento del medico di controllo, mentre oltre 5,4 milioni (dato in crescita

Professionalità e Innovazione, la Forza del nostro Gruppo

Pelplast

Pecopladyt

PeconSia

TADI

Egidio

Rim

Pellegrino e Della Rocca

San di Giacomo

Torre di Cesare

U.S. 11

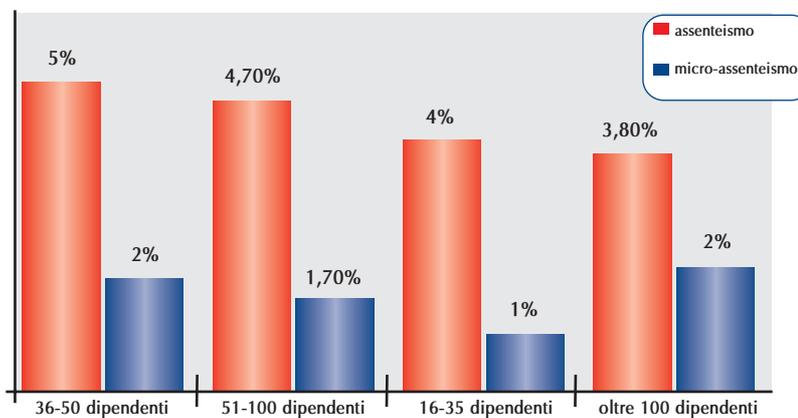
U.S. 11

SALERITANI



Pellegrino Group

GRAFICO 3 - Assenteismo e micro-assenteismo. Confronto tra classi dimensionali



rispetto al 2003) non sono riusciti a essere esaminati nei termini indicati. Le Aziende fanno, dunque, ricorso a quello che rappresenta uno dei pochi strumenti di controllo a disposizione sulla cui efficacia, però, qualche dubbio resta. A cominciare dal fatto che i tempi di attesa del referto dell'Ente di controllo sono molto variabili, per non dire eccessiva-

mente lunghi, quando il controllo viene effettuato. Quasi il 30% delle Aziende del campione hanno dichiarato di ricevere dall'INPS il referto della visita di controllo a una distanza che supera il mese e che in alcuni casi arriva anche ai tre mesi. Di contro, soltanto il 6,5% riceve tale documentazione nell'arco di una settimana. Ciò evidentemente impedisce all'A-

zienda di avere certezza dei fatti oltre che di assumere determinazioni conseguenti. In qualche caso ci viene segnalato che l'INPS non è in grado di garantire il servizio di visita fiscale per mancanza di personale. I dati raccolti ed elaborati possono rappresentare un valido punto di partenza su cui iniziare a ragionare per ipotizzare un percorso di interesse comune per le Aziende. Si potrebbe cominciare da un tavolo di confronto e di lavoro con le Strutture pubbliche competenti e con l'Ordine dei medici, oltre che con la partecipazione delle Aziende interessate, perché soltanto attraverso una maggiore collaborazione tra Aziende e Strutture, e tra queste ultime tra loro, si può pensare di affrontare - e cercare di risolvere - in maniera concreta le problematiche denunciate. ■

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI
SALERNO



*Promozione attività economiche
Valorizzazione prodotti tipici
Diffusione della cultura d'impresa*

Economia



UN FONDO PER L'INNOVAZIONE FAVORITI GLI INVESTIMENTI IN ICT

Due nuovi strumenti a supporto delle piccole e medie imprese

MARCELLA VILLANO & ROBERTO TRIOLA

Area Economia e Territorio Assindustria Salerno m.villano@assindustria.sa.it
Nucleo Ricerca e Innovazione Confindustria r.triola@confindustria.it

In periodi di bassa crescita produttiva, l'innovazione rappresenta uno dei principali fattori per una ripresa di medio-lungo periodo, a livello sia microeconomico, sia macroeconomico. Per questo, Confindustria sostiene da tempo l'adozione di misure di agevolazione per favorire gli investimenti in ricerca e innovazione da parte delle imprese. Proprio in questa direzione vanno due recenti iniziative, una pubblica e l'altra di tipo "privatistico", illustrate nel corso di un seminario, organizzato dal Gruppo Terziario Avanzato dell'Associazione Industriali di Salerno, lo scorso 12 luglio. Si tratta, da un lato, dell'istituzione di una apposita "sezione tecnologie digitali" all'interno del Fondo di Garanzia per le PMI (creato dal Ministero delle Attività Produttive ai sensi dell'art. 2, comma 100, lett. a della Legge 662/96), e, dall'altro, della stipula del protocollo d'intesa "Diamo credito al Futuro" tra l'Associazione Bancaria Italiana e Confindustria, con la partecipazione delle Associazioni del settore ICT, Anie e Federcomin. La "sezione tecnologie digitali" del Fondo di Garanzia per le PMI, finanziata dal Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie con uno stanziamento di 160 milioni di euro per il triennio 2005-2007, punta a facilitare l'erogazione dei finanziamenti bancari alle piccole e medie imprese per gli investimenti in ICT. Anche il Protocollo "Diamo credito al futuro" ha l'obiettivo di semplificare i rapporti tra banche e imprese con specifico riferimento

agli investimenti dedicati all'innovazione digitale, ma ciò accade attraverso la realizzazione di un meccanismo del tipo "Sabatini", in cui è il fornitore a garantire la solvibilità della PMI nei confronti della banca.

Ma vediamo nel dettaglio il meccanismo dei due strumenti.

Come funziona la "sezione tecnologie digitali" del Fondo di Garanzia per le PMI

Rilascia garanzie su finanziamenti, di durata non inferiore a 36 mesi e non superiore a 10 anni e di importo non superiore a 200 mila euro, concessi a piccole e medie imprese a fronte di programmi di investimento in tecnologie digitali. Questi ultimi, sia materiali che immateriali, devono essere finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto e/o di servizio, e all'integrazione dei processi aziendali mediante l'utilizzo di applicazioni di tecnologie digitali. Rientra nella categoria degli investimenti materiali qualsiasi intervento "fisso" in ICT (ad es. l'acquisto di hardware, di elaboratori elettronici e/o apparati di telecomunicazione), mentre tra le spese immateriali sono incluse quelle per l'acquisizione di: servizi di consulenza per lo studio e la realizzazione di processi, prodotti e/o servizi innovativi finalizzati al recupero di competitività; servizi per la realizzazione di applicazioni informatiche/contenuti innovativi finalizzati al sostegno dell'azione di reingegnerizzazione di processi critici aziendali, quali ERP, CRM, SCM, E-Market-

CIRTE S.p.A.

Lavoriamo per il futuro delle Telecomunicazioni

System Integration, Sistemi Automatizzati,
Smart Card, Riconoscimento Vocale

via dei Greci, snc

84135 Salerno

info@cirte.it

Tel. +39 - 089617111

Fax. +39 - 089272093

place; servizi finalizzati alla formazione del personale in materia di innovazione digitale dell'impresa. La spesa relativa a investimenti immateriali deve rappresentare almeno il 50% del costo del complessivo programma di investimento.

Tutte le piccole e medie imprese valutate economicamente e finanziariamente sane possono beneficiare della garanzia della sezione speciale, a eccezione di quelle iscritte nell'albo delle imprese artigiane e di quelle operanti nei settori della siderurgia, dell'industria carboniera, della costruzione navale, delle fibre sintetiche, dell'industria automobilistica, dei trasporti e dell'agricoltura. La garanzia è concessa a titolo gratuito, senza alcun costo per l'impresa e copre fino all'80% dell'importo concesso. Un'azienda che necessita di un finanziamento a medio/lungo termine per effettuare un programma di investimento in tecnologie digitali, può esplicitare alla banca cui intende richiederlo, l'intenzione di beneficiare, a garanzia del prestito bancario, dell'intervento della "sezione tecnologie digitali" del Fondo di garanzia per le PMI ex lege 662/96. Sarà poi l'istituto di credito, effettuata un'analisi preliminare circa l'ammissibilità dell'iniziativa, a richiedere materialmente la garanzia del Fondo. Il gestore procederà all'istruttoria delle richieste pervenute e provvederà a comunicare, sia alla banca che all'impresa, l'ammissione alla garanzia.

Come funziona il Protocollo "Diamo credito al Futuro"

Il protocollo di intesa tra Confindustria e ABI sugli investimenti delle PMI in tecnologie digitali prevede che l'azienda acquirente, invece di recarsi in banca per ottenere il credito necessario, si rivolga direttamente al fornitore di ICT. Una volta definito il progetto di investimento, sulla base delle proprie necessità e con la consulenza del fornitore di tecnologie, la PMI acquirente di tecnologie defini-

sce la pratica di finanziamento, ed emette gli effetti relativi all'ordine sottoscritto con il venditore, che a sua volta li sconterà in banca. In tal modo, l'azienda ottiene la liquidità necessaria per l'acquisto di tecnologie attraverso il fornitore senza rivolgersi direttamente alla banca e, dunque, senza essere valutata nel merito creditizio. Sarà, infatti, l'azienda fornitrice di ICT a gestire tutti i rapporti con la banca, richiedendo l'apertura di un fido globale di sconto pro-solvendo e presentando la documentazione necessaria (effetti cambiari, dilazione di pagamento all'impresa acquirente e quant'altro relativo alla valutazione del proprio merito creditizio). Il fido globale potrà essere rotativo oppure una tantum. Per il primo la banca stabilirà l'importo massimo degli effetti scontabili in un dato periodo (l'importo si riduce con le operazioni di sconto e si ripristina quando l'acquirente paga gli effetti). L'una tantum prevede, invece, una somma massima entro una scadenza determinata, ma rinnovabile. La formula, che garantisce le banche attraverso l'impegno di chi fornisce le tecnologie alle imprese, inaugura un modello di triangolazione finanziaria che tutela il sistema del credito e le capacità di investimento delle PMI. Una formula virtuosa che non intacca la possibilità di ottenere credito da parte delle imprese acquirenti e formalmente non aumenta il loro indebitamento bancario. Il meccanismo, peraltro, si integra con la sezione del Fondo di Garanzia sopra esaminata: in questo caso, infatti, al posto delle piccole imprese saranno i fornitori a richiedere alla banca di accedere alla sezione speciale, per finanziarie la dilazione di pagamento concessa alle aziende clienti. Due strumenti utili, quindi, soprattutto alle piccole e medie imprese, per raggiungere quegli aumenti di efficienza e produttività, presupposti fondamentali per il recupero della competitività aziendale e del Paese. ■

Guardala. Nient'altro.

www.starwood.it

starwood

Economia



AMBIENTE LAVORO UNA FIERA CHE SI RINNOVA

A Bologna la 10ª edizione del Salone dell'igiene e della sicurezza in ambiente di lavoro

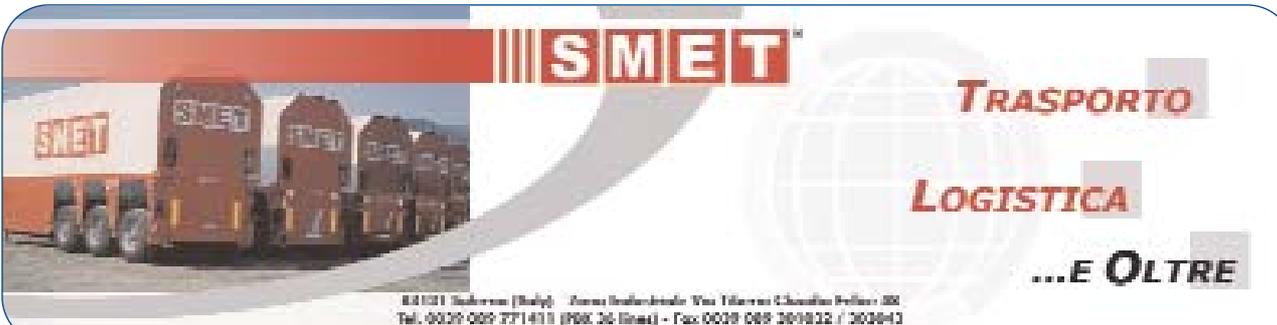
MARIAROSARIA ZAPPILE

Ufficio Ambiente e Sicurezza - Assindustria Salerno m.zappile@assindustria.sa.it

Nel magnifico scenario della città di Bologna, dal 13 al 15 settembre 2005, si è tenuto il decimo Salone "Ambiente Lavoro". Dalla sede originaria di Modena, la fiera si è trasferita nel capoluogo romagnolo, e sostituisce negli anni dispari "Ambiente Lavoro Convention", che manterrà la sede, Modena, e la cadenza biennale, ma si svolgerà negli anni pari. Sulla manifestazione di quest'anno pesa una importante eredità, che ha conferito, negli anni scorsi, alla fiera di Modena, primati significativi in termini di partecipazione di visitatori ed espositori. La decisione di tale trasferimento spetta agli enti fieristici di Modena e Bologna in accordo con SENAF, organizzatore della manifestazione, in considerazione dello sviluppo che ha caratterizzato le ultime edizioni di "Ambiente Lavoro", che impone spazi e infrastrutture notevoli, nonché una organizzazione che sappia fronteggiare l'enorme afflusso di visitatori, anche al fine di progredire sul fronte dell'internazionalizzazione. Tale trasferimento quasi sancisce l'inizio di una nuova epoca che contraddistingue un approccio più consapevole alla sicurezza nei luoghi di lavoro, allo stesso modo in cui, l'avvio del Salone dell'igiene e della sicurezza sui luoghi di lavoro nel 1990, testimoniò la volontà di voler conferire nuova identità e peso al settore, attribuendogli il giusto valore all'interno del contesto aziendale. A conferma del successo ottenuto negli anni scorsi, l'organizzazione

dell'evento conserva la stessa struttura; sono presenti i settori espositivi tradizionali e quelli nati precedentemente e identificati come "Progetti speciali": NO FIRE (Prevenzione degli incendi) e IN SIC (INtrinsecamente SICuro), cui si affianca un'altra interessante iniziativa - HOME SECURITY -, sistemi e tecnologie per la prevenzione, protezione e sicurezza degli incidenti domestici. "Ambiente Lavoro" ne fa la novità più interessante di questa decima edizione, comprendendone l'importanza e cogliendo l'urgenza del confronto sui temi che caratterizzano questo settore, sul quale ancora poche sono le occasioni di discussione e approfondimento. L'interesse nasce dalla constatazione, confermata dai dati dell'ISTAT, che la casa, sebbene venga concepita come un ambiente sicuro perché familiare, è, in realtà, un luogo insidioso nel quale avvengono oltre tre milioni di incidenti di varia natura e gravità. L'informazione e la prevenzione, come per gli ambienti di lavoro, anche in questo ambito si confermano gli strumenti più efficaci per la gestione di un fenomeno sociale di portata nazionale. IN SIC - Intrinsecamente sicuro per la sicurezza dell'uomo -, nel proporre la promozione della cultura della sicurezza, presenta una rassegna di prodotti, sistemi, attrezzature progettate con particolare attenzione ai concetti allargati di sicurezza (di processo, di prodotto, di utilizzo, di movimentazione, di sollevamento, ecc.). NO FIRE, invece, è dedicato





SMET

**TRASPORTO
LOGISTICA
...E OLTRE**

88121 Indovena (Bologna) - Area Industriale Via Villanova 2 - 40010 Indovena (BO)
Tel. 0539 089 771411 (P.O. 26 linee) - Fax 0539 089 261022 / 2630413
web: www.smet-logistics.com - e-mail: info@smet-logistics.com

al settore dell'antincendio. L'iniziativa rappresenta l'intera filiera che coinvolge il tema della sicurezza dal fuoco (produzione, distribuzione, formazione, manutenzione, soluzioni maggiormente innovative), grazie all'ampia rassegna di prodotti e tecnologie, di cui offre le migliori proposte e soluzioni disponibili sul mercato.

Si registra la presenza di tutti i maggiori settori merceologici: Antincendio (Allarmi antifumo; Allarmi antincendio; Attrezzatura e prodotti antincendio; Compartimentazione; Estinzione, Evacuazioni fumi e gas; Organizzazione della protezione dal fuoco; Prevenzione incendi; Protezione da esplosioni; Protezione dal fuoco; Rilevatori); Protezione generale del corpo (Abbigliamento anticalore e antifiama; Abbigliamento protettivo; Protezione del corpo; Protezione della pelle; Tessuti per abbigliamento protettivo e indumenti di lavoro); Protezione del capo (Caschi e Elmetti); Protezione delle vie respiratorie (Attrezzature per la respirazione; Filtri e accessori; Maschere antigas).

Interessante e innovativa è l'iniziativa "Qualità Lavoro" che affronta la sicurezza nei luoghi di lavoro da una nuova prospettiva. Essa nasce dal presupposto secondo il quale la sicurezza è espressione e incubatore di relazioni aziendali solide perchè su di essa può incidere la qualità del lavoro. Qualità Lavoro suggerisce un approccio diverso, che conferisce al settore una dignità nuova, e

un ruolo di maggiore rilievo rispetto al passato. Infine, va menzionata l'iniziativa WEB Club il cui scopo è stato quello di valorizzare e promuovere il ruolo informativo e formativo del mondo web. A essa è stato abbinato il concorso "Vota il Sito Sicuramente Migliore", che ha premiato tutti i partecipanti, offrendo a essi alcuni servizi e talune specialità gastronomiche. Ma "Ambiente Lavoro" resta una grande vetrina e la più importante occasione per approfondire le problematiche della sicurezza. In particolare, iniziative parallele quali convegni e seminari hanno accompagnato le aree espositive e "i Progetti speciali" e ne hanno caratterizzato ulteriormente i contenuti e le finalità.

La fitta programmazione di seminari ideati nell'ambito delle richiamate iniziative indicano la modalità con la quale l'organizzazione ha inteso abbracciare integralmente tutti gli aspetti inerenti la sicurezza, fornendo ai visitatori, ai quali è sempre garantita la possibilità di un'ottima opportunità formativa e di aggiornamento, diversamente improbabile da ottenere, una panoramica globale ed esaustiva sugli argomenti di interesse. Il confronto fra operatori del comparto, le opportunità di business e di conoscenza, l'incontro tra diversi organismi ed enti di rilievo nazionale ed europeo, sono i fattori di successo di questo importante evento, che anche per quest'anno si conferma, senza dubbio, come il più significativo del settore.



INTERNATIONALPARTNER

consulenza e servizi

Al fianco delle imprese
per costruire
un percorso di successo
sui mercati internazionali

Per maggiori informazioni: internationalpartner@gruppo.mps.it



I tassi di interesse e le altre condizioni economiche sono rilevabili dai fogli informativi a disposizione del pubblico presso tutte le nostre filiali.



Una banca fatta di persone.

L'impresa di cucinare



TABERNA VULGI DI AVELLINO IL MEDITERRANEO IN TAVOLA

Un'armonia di sapori che varia con l'avvicinarsi delle stagioni

FERDINANDO CAPPUCCIO

Cultore di enogastronomia ferdinando.cappuccio@banca.mps.it

Sin dalla fine degli anni '60 il Serinese ha rappresentato una tappa gastronomica usuale per gli abitanti delle città campane. Immergendosi, infatti, in una splendida natura ci si recava in quelle zone per poter gustare una cucina di campagna semplice e genuina. I locali erano sostanzialmente delle trattorie con un servizio casalingo e un menù che poco differenziava gli uni dagli altri; fusilli o gnocchi al sugo o passati in forno in appositi tegami con mozzarella, carne di maiale fritta o alla brace, pollo arrosto e soppressata paesana, invitavano gli avventori, soprattutto domenicali, a vere e proprie abbuffate. Con il trascorrere degli anni e con l'evoluzione del gusto, accanto alle semplici trattorie, tuttora presenti, è sorta una ristorazione in grado di soddisfare nuove esigenze gustative, attraendo buongustai di tutta Italia in cerca di emozioni. Alfiere di questo rinnovamento è il ristorante Taberna Vulgi, sorto nel 1998 in Santo Stefano del Sole grazie all'intuito di Giovanni Mariconda. Raggiungere il sito non è del tutto facile, mancando - dopo aver raggiunto Santo Stefano - una valida indicazione. Ma basta chiedere e potrete scorgere l'accogliente locale inoltrandovi in una bella strada alberata. Quasi come viandanti in cerca di ristoro, sarete attratti dalla calda illuminazione che rende particolarmente suggestiva la sosta nel ristorante. Il locale, che si trasforma di anno in anno migliorando (da poco è stata aperta una deliziosa veranda con salottino dove è possibile chiacchierare fumando un buon sigaro e bevendo un distillato di qualità), si presenta con un ambiente rustico-chic con pareti ocre e una serie di "ninnoli" che riportano alla mente le case "borghesi" di campagna. I tavoli sono perfettamente apparecchiati, con giusti bicchieri e un servizio che non tradisce la cordialità della "gens" irpina.

Una volta seduti, mentre darete un'occhiata al menu e alla carta dei vini, vi sarà servito un preantipasto (nell'ultima mia visita un pezzettino di prosciutto non salato fatto in casa accompagnato da una deliziosa salsa di finocchio) e un flute di prosecco di Villa Sandi. Un giovane sommelier vi proporrà, volendolo, anche delle interessanti scoperte enologiche del "patron" come l'Aglianico e il Taurasi dell'Azienda Macchialupo, a me sinora sconosciuta, dimostratisi nella serata vini di grande morbidezza e di intensi profumi. Con un po' di fortuna si presenterà al vostro tavolo Giovanni Mariconda e intrattenendovi con lui, cogliendo la schiettezza e l'impegno profondo alla base della sua vita professionale, potrete concordare il percorso gastronomico della serata. Il senso della cucina di Taberna Vulgi è di "strizzare l'occhio" al territorio e alle stagioni; il menù - salvo qualche piatto ormai leggendario come la Maialata (braciola di maiale scottata nell'olio, disossata e poi ripassata con burro al forno) presente tra l'altro nel menù del San Domenico di New York a seguito di una trasferta lavorativa di Giovanni in terra statunitense - dunque varia. E così nel periodo estivo gli ortaggi rappresentano il fulcro degli antipasti, mentre in inverno vengono sostituiti dai legumi; e dopo un'abbondante pioggia potrete trovare locali funghi porcini che da soli, casomai fritti con le patate, meritano una visita a Santo Stefano. Il modo di cucinare le pietanze prevede come punto di partenza la tradizione, rielaborata nel gusto e alleggerita nei condimenti. Qualche sera fa, con l'amico quasi pasticciere Fernando, abbiamo potuto gustare una serie di antipasti vari basati essenzialmente sugli ortaggi. E così abbiamo assaporato uno sformato di zucchine con crema di parmigiano e pomodorini, dove il formaggio riusciva a esaltare la scarsa sa-



Ristorante Taberna Vulgi - Avellino

pidità dell'ortaggio; siamo passati poi a un ottimo involtino di peperone, dove invece la grande aromaticità dello stesso era stemperata dalla delicatezza della mozzarella presente all'interno. La carrellata degli antipasti dedicati agli ortaggi si è conclusa con una millefoglie di parmigiana di melanzane in cui quest'ultima fritta senza uova (ecco l'alleggerimento moderno!) era poi passata al forno con mozzarella. E accanto a questi antipasti "campagnoli", c'è stata presentata una preparazione che tiene in considerazione la mediterraneità della cucina campana: un bigné (ecco la cucina "frangese" della cultura gastronomica napoletana) farcito con stracciatella di fior di latte con crema di pomodoro San Marzano e mousse di prosciutto cotto. È una rivisitazione della caprese, dove il frullato di mozzarella si amalgama perfettamente con il pomodoro; quest'ultimo poi, se avrete il coraggio di fare una "scarpetta" con l'ottimo pane fatto in casa propostovi, vi ricorderà i sapori delle pizze marinare di qualche anno fa, prima che il pizzafood sconvolgesse i sapori e il gusto. Tra i primi è d'obbligo un assaggio di mezzo pac-

chero con zucchine e baccalà. È un piatto equilibratissimo e di grande suggestione ove il sughetto formato dal sapido ortaggio e dal forte pesce "campagnolo", incuneandosi all'interno della pasta diventa una sorta di farcitura dal magnifico sapore. Estremamente interessanti sono poi le fettucelle di grano arso condite con ragù di coniglio. Il sugo è molto forte di sapore e condisce in modo corretto la pasta fatta a mano creata con i residui derivanti dalla bruciatura delle stoppie. Pur golosamente attratto dai secondi, ho optato per i dolci, non senza aver provato una porzione di baccalà in cartoccio con peperoni, olive nere e pomodorini. Personalmente non sono un amante dei dolci ma da Giovanni ho fatto eccezione. Non è possibile infatti resistere alla millefoglie con crema chantilly e amarena. Il babà al rhum e la zuppa di pan bagnato caramellato con crema alla menta hanno entusiasmato il mio amico Fernando, gran intenditore, che ha assaggiato con soddisfazione anche la fantasia di ricotta e pesche con sfoglia. È stata dunque una gran bella cena che si è conclusa assaporando un magnifico distillato di albicocca di Capovilla che ha ben accompagnato l'aroma dei sigari toscani fumati nel salotto! E il buon Giovanni, a fine cena, alla mia domanda sul perché avesse avuto difficoltà a prenotarmi, pur in presenza di qualche posto vuoto, mi ha risposto rivelando così il segreto del suo successo. Mi ha riferito infatti che erano improvvisamente mancati due elementi nel personale e aveva preferito ridurre il numero degli avventori per evitare disservizi... Ecco perché Taberna Vulgi è una meta per i buongustai di tutta Italia! ■

Ristorante Taberna Vulgi: Via Casina, 6 S. Stefano del Sole (Av) chiusura lunedì - tel. 0825-673664



**DIAMO ACQUA
AL NOSTRO FUTURO**

I Libri



UNA LEZIONE PER FUTURI MANAGER IL SUCCESSO IN 7 MOSSE

Fabrizio Pirovano e Guido Granchi sono gli autori della guida per capitani d'azienda

IL MANAGER DI SUCCESSO IN 7 MOSSE

Fabrizio Pirovano e Guido Granchi, Sperling & Kupfer Editori
pagine 261 - euro 18,00

A cura del Denaro Cultura

Per tutti coloro che hanno responsabilità in azienda è arrivata in libreria una guida di auto-formazione che risponde alle esigenze - e alla mancanza di tempo - di moltissimi professionisti e manager. Attraverso la metafora del gioco degli scacchi, gli autori propongono al lettore un percorso, da realizzare in sette mosse, per acquisire le principali competenze manageriali: dal reclutamento dei collaboratori di cui circondarsi, alla gestione del tempo e degli obiettivi, dal team working alla soluzione creativa dei problemi. Due gli autori di "Il manager di successo in 7 mosse - Le abilità indispensabili per far crescere l'azienda": il primo è Fabrizio Pirovano, laureato in economia, licensed Nlp practitioner, master practitioner e analista finanziario - già autore di "La comunicazione persuasiva nella vita professionale e privata" -, coach, trainer internazionale e consulente, esperto nella formazione di reti commerciali e nella consulenza volta alla comunicazione persuasiva, negoziazione commerciale di vendita e guida al cambiamento. Il secondo autore è, invece, Guido Granchi, laureato in giurisprudenza, esperto nel campo della vendita, trainer di pensiero sistemico e in Pnl, una vera e propria autorità in tema di Pnl applicata al business, coautore, sempre con Pirovano, del libro "Pnl comunicare per vendere". La sequenza degli argomenti -

quelle che gli autori chiamano "mosse", richiama appunto il gioco degli scacchi - sono state studiate seguendo una linea temporale di attività. In sintesi, secondo i due esperti, un manager per essere tale dovrà riunire in sé una serie di capacità: si dimostrerà leader di se stesso, e anche degli altri; dovrà avere capacità d'indagine e di valutazione delle risorse che governerà (dal reclutamento alla selezione); saprà motivare attraverso l'approccio a squadra (team spirit) e dimostrerà capacità di business coaching; organizzerà il proprio tempo e quello dei suoi collaboratori in modo efficiente, sapendo definire e focalizzare gli obiettivi, anche attraverso lo sviluppo della capacità di delega (il time management e gli obiettivi); saprà parlare in pubblico in modo irresistibile e condurre riunioni di lavoro efficienti ed efficaci (la gestione delle riunioni e il public speaking); dimostrerà abilità negoziali e di trattativa con una sensibilità particolare alla gestione degli eventuali conflitti all'interno dello stesso team e dell'azienda (la negoziazione e la gestione dei conflitti). Infine, avrà un'innovativa visione d'insieme (il pensiero sistemico) dell'ambiente in cui è inserito e, grazie a un approccio creativo, saprà individuare, affrontare e risolvere problemi a trecentosessanta gradi (il manager creativo e il problem solving). ■



agenzia fotografica
massimo pica

consulenza fotografica
fotografia digitale
fotografia industriale
redazionali
vita pura

Largo Dogana Regia - Salerno www.fotopica.com
089.220585 328.4791704 347.6716098



PULSIONI D'ACQUISTO E LEVE PERSUASIVE IL RAPPORTO TRA FORNITORE E CLIENTE

Il saggio di Daniele Trevisani aiuta a capire i comportamenti del consumatore

PSICOLOGIA DI MARKETING E COMUNICAZIONE

Daniele Trevisani - FrancoAngeli
pagine 256 - euro 21,00

A cura del Denaro Cultura

L'ultimo libro di Daniele Trevisani, un brillante consulente, docente e studioso di marketing e organizzazione aziendale, si intitola "Psicologia di marketing e comunicazione". L'autore ha sviluppato una sua metodologia che chiama Alm, Action Line Management. Essa parte da una analisi di scenario, entro cui colloca la mission dell'azienda, che viene messa in relazione con il marketing mix specifico dell'area merceologica. Dal marketing mix si sviluppa la linea d'azione che determina il comportamento della front line, e cioè di quelli che hanno a che fare direttamente con i clienti e che quindi determinano il fatturato dell'azienda. La particolarità di questo libro, come dice il titolo, è nel considerare il marketing dal punto di vista psicologico. Trevisani punta esclusivamente sul rapporto psicologico e personale tra fornitore e cliente. Quote e numeri spariscono, o quanto meno passano sullo sfondo, di fronte alla psicologia del produttore, del venditore, del consumatore, del decisore aziendale. Ecco dunque che il marketing non è più quella scienza arida e seria fatta di diagrammi a torta, di regressioni lineari, di preventivi e consuntivi, di politiche di prezzo, di strategie di distribuzione, ma diventa una affascinante disciplina centrata sul legame più forte che esiste tra le persone, quello che le spinge a dare e prendere qualcosa l'una dall'altra,

a cercare, a sognare, a immaginare, a volere, a cedere proprie risorse in cambio di oggetti di desiderio. L'acquisto non è solo un banale atto con cui ci si procura qualcosa di cui si ha bisogno, ma è un'azione simbolica con cui ci si costruisce la propria immagine sociale e la relazione con gli altri. L'acquisto è solo l'atto emblematico e conclusivo di tutto un processo articolato e complesso come è complessa la natura umana vista nella sua interezza. Il consumatore, nel caso del B2C (business to consumer), o il responsabile acquisti di un'azienda, nel caso del B2B (business to business) sono persone intere, che amano e odiano, provano simpatie e antipatie, hanno un concetto di sé che vogliono confermare. Le loro decisioni di acquisto sono fortemente condizionate da questo insieme di pulsioni, dove le considerazioni razionali si mischiano con emozioni, timori, bisogni latenti. E allora Trevisani parla di marketing percettivo, partendo dalle illusioni ottiche e mostrandoci come il prodotto viene visto, ascoltato, annusato, gustato, toccato. Aver fatto un buon prodotto, con un prezzo competitivo, e avere una buona rete di vendita, non basta più per avere successo in un mercato saturo. Noi non compriamo una cosa perché ci serve, ma perché soddisfatta un insieme di nostri bisogni psicologici (per saperne di più vedi www.umbertosantucci.it). ■

Lavoriamo per tutelare
la vostra azienda

MEDILAM[®]
Medicina del Lavoro, Sicurezza, Ambiente, Formazione

Via S. Leonardo 120, Inverigo (Milano) - Telefono Tel. 020.3075411 plus - fax 020.3075412

www.mediam.it

Dai quotidiani

A cura della *Redazione Costozero*

L'editoriale del *Corriere del Mezzogiorno* di domenica 18 settembre 2005

CONSOCIATIVISMO ACRITICO DEGLI INDUSTRIALI SE L'IMPRENDITORE S'INCHINA AL POTERE

di PAOLO MACRY

eri, chiedendo al presidente degli industriali napoletani Giovanni Lettieri più fermezza con i poteri pubblici, Marco Demarco concludeva: «Non ha fatto così anche Montezemolo con Berlusconi?». Domanda maliziosa, visto che il direttore del *Corriere del Mezzogiorno* sa bene perché Montezemolo stia facendo la guerra al governo e perché, invece, Lettieri preferisca invitare i capi di Regione, Provincia e Comune ad una kermesse. Il primo, vedendo Berlusconi con le valigie in mano, traghetta la sua associazione verso i lidi del centrosinistra. Il secondo, consapevole che la maggioranza al potere in Campania è inossidabile, edulcora ogni critica ai leader locali. Le associazioni degli imprenditori sono tradizionalmente vicine a chi gestisce la cosa pubblica. Alle volte, tuttavia, questa cosiddetta vocazione governativa assume aspetti che dovrebbero preoccupare l'opinione pubblica e la stessa massa degli iscritti a Confindustria. Essere governativi in una fase positiva dell'economia e in un sistema che abbia buone performance è sensato, perché significa rendersi disponibili alla cogestione dello sviluppo. È sensato, malgrado l'evidente interferenza nei processi politici in corso, appare anche l'appoggio preventivo ad un governo prodiano da parte del leader di Viale dell'Astronomia. Convinto che le cose vanno male e che qualcosa bisogna pur inventarsi, sebbene in compagnia di Diliberto, Pecoraro e Bertinotti. Quel che sembra singolare, piuttosto, è l'appoggio acritico degli imprenditori napoletani ad amministrazioni, le quali danno chiari segni di impotenza di fronte alla grave crisi economica del territorio.

Nelle Assise di Palazzo Partanna, poco è stato detto sui tempi e sui modi di una rigorosa programmazione territoriale. Né sulle garanzie che le future politiche di sviluppo della Regione siano più in-

cisive e più imparziali del passato. Tanto meno a qualcuno è venuto in mente di snocciolare il rosario delle cose non fatte, delle cose fatte male, delle risorse allocate secondo discutibilissimi criteri. Ciò che sarebbe stato necessario non per amor di rissa ma perché non si supera una crisi se non se ne analizzano i motivi. Al contrario, le Assise hanno assunto la liturgia di un nuovo patto consociativo tra politica e impresa. Il quale, mancando ogni critica alle inefficienze dell'ultimo decennio, rischia di essere da parte degli imprenditori, una dichiarazione di pura acquiescenza, se non di omertà. Quel che, al momento, emerge dall'iniziativa mediatica dell'Unione Industriali non è una scaletta di riforme economiche, capaci di regalare all'intera popolazione della Campania gli agognati "beni pubblici" (servizi, legalità, ambiente ecc.). Ma neppure è una strategia puramente imprenditoriale per gli investimenti, la competitività e il profitto, la quale, alla lunga, finirebbe per giovare a tutti. Con ogni evidenza, il generico concerto di buone volontà di Palazzo Partanna indica come si punti piuttosto su un'opzione certamente non nuova per il Mezzogiorno e per Confindustria: l'intermediazione politica. Il che significa, in poche parole, che l'impresa chiede favori alla politica (e intanto s'inchina). Sotto questa luce, le Assise rischiano di essere una modesta operazione di lobbying, neppure destinata a giovare alla generalità degli industriali ma ad alcuni soltanto: l'intermediazione politica, per sua natura, finisce per beneficiare i pochi a danno di tutti gli altri. Resta da capire perché mai migliaia di imprenditori campani aderiscano ad un percorso estremamente fragile anche sul piano dell'autodifesa corporativa, accontentandosi che (nel migliore dei casi) qualche briciola di quell'intermediazione politica finisca nel piatto dei peones. ■

