

Rassegna del 12/04/2013

SISTEMA CAMERALE

19/04/13	Mondo	52 Una fiera ad hoc per il green business	...	1
12/04/13	Sole 24 Ore Agrisole	12 Il vino resta un affare di famiglia	...	3

SISTEMA INFORMATIVO EXCELSIOR

12/04/13	Libero Quotidiano	13 Un mare di senza lavoro e 3 milioni non lo cercano più - Paradosso disoccupati Quasi tre milioni non cercano un posto	Castro Antonio	4
----------	-------------------	---	----------------	---

INTERNAZIONALIZZAZIONE

12/04/13	Sole 24 Ore	42 Brevi - Investimenti esteri. Serbia e Pmi italiane confronto a Torino	...	6
12/04/13	Stampa	23 Cibo e design uniti per esportare l'Italia	Rigatelli Francesco	7
12/04/13	Corriere della Sera Sette	68 15 folli regole per chi crede nell'Italia. Nonostante tutto	Dal Monte Alessandra	10
12/04/13	Sole 24 Ore Agrisole	13 L'impegno dell'Ice per rompere i monopoli	...	12

ECONOMIA

12/04/13	Repubblica	11 Gli scoraggiati sono oltre un milione "Qui non c'è speranza, inutile cercare un posto"	Mania Roberto	13
12/04/13	Repubblica	10 Il dramma del lavoro in Italia i disoccupati a quota sei milioni - Disoccupazione, allarme Bce "Livelli senza precedenti" in Italia 5,8 milioni senza lavoro	Polidori Elena	16
12/04/13	Italia Oggi	35 La Consip non è sempre obbligatoria	Mascolini Andrea	18
12/04/13	Sole 24 Ore Agrisole	4 Lotta ai falsi e più mercato per il rilancio del settore	F.B.	19

AMBIENTE La Exposition of Sustainability di Udine

UNA FIERA AD HOC PER IL GREEN BUSINESS

Go green. Quella che pochi anni fa sembrava essere una tendenza di nicchia, è ormai un valore percepito dalla maggior parte delle persone. E la sostenibilità, oltre a essere un aiuto per l'ambiente, per un'impresa si può tradurre anche in un preciso posizionamento che risponde alla domanda più attuale del mercato. Già, perché se la riduzione delle emissioni

Sustainability, il primo salone in Italia dedicato alla carbon footprint, che si svolgerà alla Fiera di Udine. Un luogo che sembra essere quello più indicato, sia per sua naturale collocazione, il Parco del Cormôr, sia per fisionomia: si tratta di un ex cotonificio di fine Ottocento ristrutturato, valorizzato e potenziato nella superficie espositiva. E la centralina idroelettrica, che trae la sua

Da Pozzo: «In Italia sono quasi 360 mila le imprese che negli ultimi tre anni si sono orientate su prodotti sostenibili»

di carbonio è una questione di crescente importanza, il carbon management qualifica prodotti e servizi e offre ai consumatori la consapevolezza di partecipare alla salvaguardia del pianeta. Un valore aggiunto non da poco. Con questo spirito nasce Eos, Exposition of

forza dal salto delle acque del Canale Ledra, è un esempio di produzione di energia da fonti rinnovabili. Non a caso è stato battezzato il salotto verde di Udine. «È la dimostrazione che un'economia a basse emissioni di CO₂ più competitiva e capace di sfruttare le risorse in modo efficiente è possibile,

EOS, È VERDE ANCHE L'EXPO

Organizzato da Udine e Gorizia Fiere in collaborazione con Gruppo Rem, Eos è patrocinato da ministero dell'Ambiente, ministero dello Sviluppo Economico, Provincia e Comune di Udine, Kyoto Club e realizzato con il sostegno della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia e in partnership con la Camera di Commercio di Udine.
17 -18- 19 maggio 2013
10.00 - 20.00 ingresso libero
<http://www.eosfiera.it/>

ed è in linea con gli obiettivi dell'Unione Europea. E se da un lato Eos rappresenta un'importante vetrina per le aziende che hanno preso un impegno concreto in questa direzione, pur operando in settori merceologici diversi, la manifestazione, dall'altro è un'opportunità per tutti poiché presenteremo nuove tecnologie e metodi di produzione che anticipano i possibili scenari del futuro. Insomma, tra incontri, seminari e convegni porgeremo proposte concrete e spunti di riflessione per favorire il confronto e l'aggiornamento, nel segno della crescita e del risparmio», racconta Luisa De Marco, presidente di Udine e Gorizia Fiere. Tre le aree dedicate: prodotti, mobilità e servizi. Declinati in diverse forme, dall'eco-cucina al riuso, dalle smart city all'abitare sostenibile, dalla moda ai trasporti, che occupano da soli un intero padiglione, più la pista trial per motocicli e biciclette elettrici o



Uno dei padiglioni di Eos alla Fiera di Udine. Sotto, Luisa De Marco e Giovanni Da Pozzo

ibridi. «Il Friuli deve sviluppare la sua vocazione verde: in Europa circa 5,6 milioni di posti di lavoro sono connessi alla green economy e le imprese che puntano sulla sostenibilità hanno una maggiore capacità innovativa e più presenza sui mercati esteri. Anche per il nostro tessuto produttivo questa può diventare una leva competitiva», sottolinea Giovanni Da Pozzo, presidente della Camera di commercio di Udine, socio di riferimento della Fiera. «Secondo il Rapporto Green Italy 2012, sono quasi 360 mila le imprese che negli ultimi tre anni si sono orientate su prodotti o tecnologie sostenibili, con una propensione maggiore nel manifatturiero. Segno di buon auspicio per la rivitalizzazione di un settore in particolare difficoltà. Certo, il fenomeno esiste soprattutto nelle medie-grandi realtà, ma questo non esclude le piccole, che possono investire grazie alle aggregazioni. Non a caso nella regione Fvg, all'ottavo posto della classifica stilata dallo studio, su 27 contratti di rete, sette sono stati stipulati con questo obiettivo da 19 imprese. Un quarto del totale è già un ottimo risultato».

Il ministero dell'Ambiente sarà presente per promuovere il programma nazionale per la valutazione dell'impronta ambientale (carbon e water footprint) nelle imprese propense alla riduzione dei gas a effetto serra, secondo le direttive del Protocollo di Kyoto e del Pacchetto clima-energia del Consiglio europeo. Sono già 70 le aziende italiane che collaborano con il dicastero e operano in diversi settori, come la trevigiana Latteria



Montello e il pastificio marchigiano Luciana Mosconi, due emblemi del made in Italy alimentare. Stracchino Squaquerello e Robiola Nonno Nanni sono così sostenibili da essere entrati in un progetto realizzato con l'obiettivo di contabilizzare le emissioni di CO₂ generate lungo la filiera produttiva e successivamente operare per la riduzione e la compensazione. Anche la «signora delle tagliatelle» Luciana Mosconi ha scommesso sullo sviluppo sostenibile e, per prima nel settore pasta all'uovo, ha deciso di

partecipare a Eos con un obiettivo: avviare un percorso nel rispetto del Pianeta, garantendo un'alimentazione di qualità che faccia bene anche alla natura. Da Trieste invece, arriva l'Area Science Park, con un programma scandito in tre sessioni per imprese e pubbliche amministrazioni interessate a razionalizzare i costi e aumentare sostenibilità ed efficienza energetica degli edifici: c'è il Piano energia Enerplan, cofinanziato dal ministero dell'Ambiente, che ha portato allo sviluppo di otto tecnologie per la sostenibilità e la produzione da fonti rinnovabili. Il pre commercial procurement, si sa, è uno strumento di sostegno all'innovazione ma supportare la domanda pubblica e l'offerta di tecnologie da parte delle imprese lo spiegheranno esperti internazionali. Infine, il technology dating promosso da Enterprise Europe Network: incontri one to one di aziende dei diversi Paesi europei per valutare la possibilità di stringere nuove partnership tecnologiche sul tema della sostenibilità degli edifici pubblici. Ecco perché il quartiere fieristico è stato battezzato il salotto verde di Udine: un punto di riferimento per lo sviluppo economico, culturale e sociale del territorio.

VINITALY

Focus dell'Osservatorio Aub promosso dall'Associazione aziende familiari, Bocconi, Cciaa di Milano e Unicredit

Il vino resta un affare di famiglia

Le dynasty italiane arginano la crisi, capitalizzano, riducono l'uso del debito e crescono all'estero

Le dynasty del vino italiano affrontano bene la crisi, capitalizzano e riducono l'uso del debito, crescono molto all'estero grazie a un branding fortemente «personalizzato» e, seppur con qualche lentezza nel ricambio generazionale, si confermano un modello gestionale vincente per il settore vitivinicolo. Il «focus» presentato al Vinitaly dall'Osservatorio Aub (promosso dall'Associazione aziende familiari, Università Bocconi, Cciaa di Milano e Unicredit, che monitora dal 2009 l'andamento delle aziende familiari italiane con ricavi oltre i 50 milioni) mette in evidenza come il 54% delle aziende vinicole con fatturato superiore a 10 mln di euro sia controllato dalla famiglia proprietaria (contro una media nazionale del 56,9%) generando però il 42% del fatturato dell'intero settore. Territorio e tradizione, due elementi fondamentali del marketing e della storia del vino italiano, sono alla base di una realtà gestionale che registra una elevata concentrazione di aziende adulte (oltre il 56% ha tra i 25 e 50 anni, contro il 43% della media nazionale), netta localizzazione al Centro-Nord (quasi il 50%) e una permanente frammentazione produttiva con il 56% di «piccole aziende» (tra 10 e 25 milioni di fatturato) e solo il 17% sopra i 50 mln di euro. «Nel decennio 2001-2011 – commenta Guido Corbetta, docente Bocconi e autore della ricerca – le aziende familiari vitivinicole hanno registrato incremento di ricavi inferiori rispetto alla media nazionale (86% a fronte del 94,5%), mostrando però capacità di reazione alla crisi del 2008

migliori di altri comparti». Riorganizzazione finanziaria interna e forte sviluppo dell'export sono i due elementi che permettono alle famiglie del vino di mitigare gli effetti negativi della crisi economica ed evitare il tracollo del fatturato nel biennio 2008/2009 (rimasto al -1,1% contro il -9,1% delle altre imprese): così il rapporto Ebitda/fatturato rimane sempre superiore al 10% tendenziale (solo nel 2008 cala dello 0,5%), mentre l'incremento del patrimonio netto (+39,4% nel 2008 e +29,5% nel 2009) grazie a diverse operazioni (accantonamenti, svalutazioni, mancata distribuzione dei dividendi) permette di ridurre progressivamente l'uso del debito. «È questo uno dei punti di forza delle aziende familiari – commenta Alberta Antinori, intervenuta al convegno del Vinitaly – decidere sacrifici e rinunce nei tempi di crisi e continuare a investire, perché per noi il coinvolgimento in azienda è totale, è una missione». Che, sul mercato si gioca esponendosi in prima persona: «Uno dei segreti del nostro successo all'estero – dice Josè Rallo di Donnafugata – è la presenza del proprietario alle degustazioni, la storia di generazioni di proprietari che lavorano in azienda». Ed, infatti, è proprio l'export non solo ad assorbire quasi la metà della intera produzione delle aziende vitivinicole a controllo familiare ma anche a stabilirne crescita e redditività: «C'è una relazione diretta tra export e performance – nota Corbetta – aziende che esportano oltre il 70% del fatturato hanno redditività del capitale investito (Roi) e proprio (Roe) quadrupli rispetto a quelle con export sotto il 20%». ●

Un mare di senza lavoro
e 3 milioni non lo cercano più

di ANTONIO CASTRO

a pagina 13

L'altra faccia della crisi

Paradosso disoccupati Quasi tre milioni non cercano un posto

*Gli inattivi italiani sono il triplo rispetto al Vecchio Continente
Tante aziende non trovano lavoratori: molti preferiscono il nero*

ANTONIO CASTRO

Disoccupati, inattivi, disponibili, indisponibili. La crisi che ha portato verso soglie drammatiche la disoccupazione nell'area euro che «ha raggiunto livelli senza precedenti e peggiorerà nel primo trimestre di quest'anno», avverte preoccupata la Banca centrale europea, fa sbocciare anche un nuovo vocabolario per classificare chi resta senza occupazione.

Se è vero che di lavoro in giro se ne vede poco, c'è pure però il rovescio della medaglia. Chi il lavoro non lo cerca più, o viene classificato come «indisponibile» a nuove e diverse occupazioni. I dati Istat sono illuminanti se confrontati con quelli europei e dell'area Ocse: nel 2012, spiega l'Istituto di statistica, gli inattivi disponibili a lavorare sono 2 milioni 975 mila, 78mila in più (pari a +2,7%) rispetto al 2011. La quota di questi inattivi sulle forze di lavoro, stabile all'11,6% in confronto a un anno prima, è oltre tre volte superiore a quella media europea (3,6%). In sostanza in Italia, gli inattivi disponibili a lavorare sono tre volte più numerosi dei disoccupati in senso stretto (quasi tre milioni contro circa 2 milioni 700 mila), mentre nella media europea si verifica proprio l'opposto: i disoccupati (circa 25 milioni) sono più del

doppio degli inattivi (8 milioni e 800 mila).

C'è da dire che gli ammortizzatori sociali italiani (cassintegrazione, disoccupazione, solidarietà, mobilità), rappresentano un ventaglio molto più ampio che nel resto d'Europa. E che da noi i controlli - seppur incrementati - sono più blandi e meno tempestivi. Insomma, c'è - nel mare magno della disperazione di chi proprio non riesce a trovare lavoro - anche un bacino significativo di ex lavoratori che un "lavoretto" lo ha trovato (in nero) e che sommando l'assegno pubblico riesce a far quadrare i conti del mese.

E qui le statistiche aiutano a capire le dimensioni italiane del fenomeno: secondo l'analisi gli scoraggiati, cioè quelli che dichiarano di non aver cercato lavoro perché convinti di non trovarlo, sono 1 milione 300 mila (43%). Il secondo indicatore riguarda gli inattivi che cercano lavoro, ma "non sono subito disponibili a lavorare". Delle due l'una: o le offerte di lavoro non rispecchiano aspettative di studio ed economiche, oppure gli indisponibili hanno altro da fare che accettare una mansione o uno stipendio che non tiene il confronto con l'assegno assistenziale più il reddito incassato sotto banco. Nel

2012 questo gruppo conta 111 mila individui, 7 mila in meno rispetto a un anno prima (-6,1%). La somma degli inattivi disponibili a lavorare e degli inattivi che cercano ma non disponibili rappresenta le cosiddette "forze di lavoro potenziali" che, nel 2012 ammontano a 3 milioni 86 mila. Sommando le forze di lavoro potenziali ai disoccupati si ha la misura delle persone potenzialmente impiegate nel processo produttivo: si tratta di 5 milioni 831 mila.

Due indicatori consentono di effettuare una riflessione più ampia. Secondo lo studio **Unioncamere Excelsior** restano vacanti, nonostante la disponibilità delle imprese, ben 150 mila posti di lavoro nel settore artigiano (fornai, impiantisti, montatori di serramenti, ecc). L'altro indicatore viene dall'agricoltura che viaggia in controtendenza: crescono infatti le assunzioni nelle aziende agricole che fanno registrare un incremento record del 3,6% - evidenzia Coldiretti - nel numero di lavoratori dipendenti occupati. Insomma, chi proprio un lavoro lo cerca alla fine lo trova. Se vuole...





BREVI**Dal Territorio****INVESTIMENTI ESTERI****Serbia e Pmi italiane:
confronto a Torino**

Lunedì prossimo 15 aprile, al Centro congressi dell'Unione industriale di Torino, imprenditori e manager potranno discutere delle opportunità di business in Serbia per le Pmi direttamente con il segretario del ministero dell'Economia del Paese balcanico Aleksandar Lubic. Ad accompagnarlo Mirjana Dimitrijevic, deputy of general manager Siepa (l'agenzia che promuove gli investimenti esteri della Serbia). Ci saranno anche Massimo Militerni, managing partner dello studio Militerni&Associati (promotore dell'iniziativa e cofondatore del "Desk Serbia" con l'avvocato Dubravka Kotic), il vicepresidente Johnson Controls Marzio Raveggi, Nigel Zanenga di Unicredit Bank e Annalisa Gamba del Centro estero Piemonte.



TendenzeFRANCESCO RIGATELLI
MILANO**Le zone** Tutte le aree «giovani» della città ospitano appuntamenti col gusto. Da Brera a Lambrate, da Tortona a Porta Romana**La sinergia** Due settori che piacciono a tutto il mondo si aiutano a vicenda per mostrare il meglio a 300 mila visitatori

Cibo e design uniti per esportare l'Italia

Al Fuorisalone di Milano centinaia di eventi con i migliori chef fra mobili, oggetti e creativi

FOOD EXPERIENCE

È il nome del festival che si tiene in un hotel con grandi cuochi

INTORNO AI CHICCHI

Allo Spazio Lavazza si parla di aromi e tazzine con chef e scrittori

Alla Triennale di Milano la mostra «Around the world» entra nelle case di sette capitali per dimostrare che l'arredamento italiano si adatta ai luoghi più diversi del pianeta. Ma c'è un altro settore nostrano che piace in ogni angolo della Terra. È il cibo. Naturale così che food e design, come li chiamano adesso per esportarli meglio, vadano a braccetto.

Al Fuorisalone di Milano è evidente. Da Tortona a Lambrate, da Brera ai Navigli sono molti gli eventi tra maccheroni e mobili. Anche per legare un settore che corre e coinvolge a uno che fa fatica. Se c'è un futuro per il design made in Italy è nella sua internazionalizzazione. Come ha detto Guido Cappellini, dell'omonima azienda: «Oggi per tutti noi del design il palcoscenico è il mondo». Quale miglior biglietto da visita della cucina italiana? A comprare ma anche a esporre in questi giorni arrivano 300 mila persone da 160 paesi, americani, cinesi e brasiliani in testa, e il cibo italiano non solo aiuta un'operazione simpatica ma pure a marcare meglio il prodotto italiano.

Al Dada café del Superstudio di via Tortona, dove gli orari sono allungati per favorire l'arrivo dalla Fiera di Rho, oltre al salone di bellezza per ha-

ir e nail design progettato da Oliviero Toscani, c'è lo chef del ristorante Unico, Fabio Baldassarre, in trasferta dal suo ultimo piano in zona Portello.

Sempre in zona Tortona, in via Savona, c'è lo spazio Lavazza dove oggi alle 18 i grandi cuochi Massimo Bottura, Antonino Cannavacciuolo e Davide Oldani tengono una «Conversazione sul gusto e sul design intorno a un caffè» con la scrittrice Camilla Baresani. L'appuntamento fa parte di un'iniziativa di Res Food design, che coinvolge molti showroom di cucine e negozi come Alessi in via Manzoni.

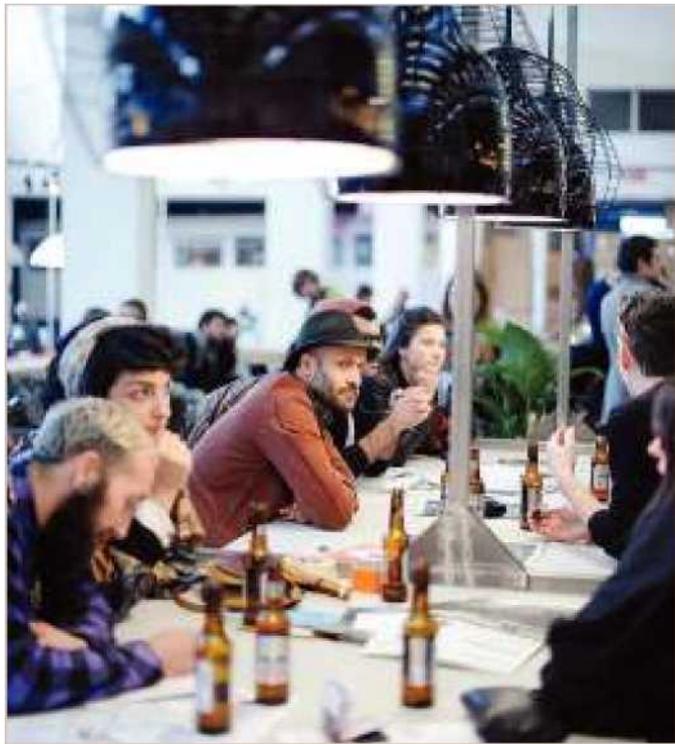
Ancora in via Tortona, il neonato hotel di solo suite Magna Pars, tutto vetrate alla newyorkese e legni chiari alla trentina, ospita il festival Food experience con noti chef tra cui ancora Davide Oldani, poi Andrea Aprea, Luca Iaccarino, Filippo La Mantia e Claudio Sadler. Insomma, il design mette il cappello da cuoco ma pure i cuochi non vedono l'ora di partecipare alla settimana più creativa dell'anno.

Per esempio, Andrea Bertone, già chef del Trussardi alla Scala, ne ha pensata un'altra dopo aver aperto pochi mesi fa con alcuni soci il ristorante Pisacco in via Solferino. Avviata la ristrutturazione di un altro locale, sempre in Brera, ne ha fermato i lavori per questa set-

timana per aprirci un bar clandestino. Fino a lunedì l'indirizzo era segreto e solo in pochi hanno scoperto che si trova là dove tutti i giallisti l'avrebbero messo: di fronte al Pisacco.

In zona Lambrate, Diesel apre il Social Cafe Club Amaro's Extravaganza. Mentre lì vicino, il Padiglione Italia è un fortino di talenti concentrati a indagare i rapporti moderni del design con il cibo. Alla Cascina Cuccagna in Porta Romana, il ristorante Un posto a Milano di Nicola Cavallo compie un anno. All'ingresso del cortile, Vipot, azienda che fa vasi in lolla di riso biodegradabile presenta un progetto che prevede l'arrivo della materia prima non dalla Cina, ma dal vercellese. E qui espone anche la Levaggi, una delle ultime a produrre le sedie chiavarine che ispirarono Gio Ponti ed Enzo Mari. Una questione culturale lega infatti cibo e design. Ritorna nei tanti eventi per ricordare i maestri del settore e il loro rispetto di forma e funzione, oggi sostituiti da emozione e vendita. Si può esemplificare raccontando del ristorante Oreste di Modena, dove hanno mantenuto cucina e arredamento degli anni '60 e ci sono ancora le sedie superleggere di Gio Ponti (ora le fa Cassina); 50 anni dopo ci si siede lì a mangiare due o tre portate e, senza neanche pensarci, si arriva al dolce che si sta ancora comodi. Ecco cos'è il design.





A Lambrate

Il Social Cafe Club Amaro's Extravaganza aperto da Diesel nel distretto creativo; poco lontano, la mostra di food design di Padiglione Italia



In Brera

Il bar clandestino aperto a sorpresa dallo chef Andrea Berton in via Solferino, davanti al suo ristorante. Fino a lunedì l'indirizzo era segreto



In Zona Tortona

Un piatto di Fabio Baldassarre, lo chef del ristorante Unico, all'ultimo piano in zona Portello



A Porta Romana
Alla Cascina Cuccagna il ristorante a Milano di Nicola Cavallaro compie un anno. In cortile due realtà artigianali di vasi e sedie

Eccellenze italiane / 1 **Dietro l'idea ci sono due esperti di comunicazione senesi**

15 folli regole per chi crede nell'Italia. Nonostante tutto

Una mappa, un libro, una campagna, le storie degli **imprenditori**: un progetto spiega come i *Mad (pazzi) in Italy* che rimangono possono farcela

di **Alessandra Dal Monte**

Al primo posto ci sono i rubinetti. Poi vengono le navi, le piastrelle, le barche. Le scarpe sono quinte, dopo le macchine per imballaggi. La pasta è settima. L'indice dei 250 prodotti che l'Italia esporta come leader nel mondo riserva diverse sorprese. Prima di tutto la triade "moda, cibo e vino", emblema del Made in Italy, non occupa il podio come si potrebbe pensare. Anzi: il vino non compare nemmeno in classifica, perché il primo Paese per l'export di bottiglie è la Francia. Poi gli occhiali da sole, altro accessorio tipicamente italiano, si trovano "solo" all'undicesimo posto: dopo le borsette e prima delle "pompe per aria o

per vuoto". Quel che emerge, insomma, è che oltre alla gastronomia e ai vestiti, l'Italia vende all'estero molte componenti industriali. Certo, non è una novità: l'indice che monitora le eccellenze competitive dell'export mondiale esiste dal 2007 (si chiama Corradini-Fortis, lo elabora la Fondazione

Edison). «Ma non tutti lo conoscono, noi stessi lo abbiamo scoperto di recente» dicono Giampiero Cito e Antonio Paolo, i due pubblicitari senesi che lo hanno usato come spunto per la loro ultima campagna. Ci sembrava uno strumento importante e abbiamo deciso di sfruttarlo».

Dalla chianina al panettone. Così è nata "Italia Caput Mundi": una mappa online (www.italiacaputmundi.it) delle aziende che realizzano i 250 prodotti più esportati. Per scovarle Cito e Paolo si sono appoggiati agli allievi del master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena. Dopo mesi di ricerca, il risultato è un database con oltre 4.500 ditte, con un fatturato dai 5

milioni di euro in su, sparse su tutto il territorio nazionale.

Lo scopo di questa fatica? «Passare da un indice di eccellenze a una mappa di eccellenti, cioè valorizzare le persone che stanno dietro ai prodotti». Cito e Paolo lavorano sulla promozione degli imprenditori e delle loro idee da quando hanno inventato la campagna "Mad in Italy": era il 2010, la crisi era iniziata da poco e sembrava che l'unico modo per salvarsi fosse lasciare il Paese. I due pubblicitari, allora, hanno puntato su chi è rimasto: hanno raccontato 15 storie di imprenditori abbastanza folli («mad», appunto, in inglese) da decidere di portare avanti in Italia la loro attività. Dagli inventori del gelato Grom al brand di acqua minerale Sant'Anna, dal panettone Paluani agli allevatori di chianina della Cooperativa agricola Il Forteto. Li hanno fotografati con addosso una camicia di forza e hanno raccolto le loro testimonianze in un blog (madinitaly.metiamocilatesta.it).

Tutto questo materiale è confluito in un libro, *Mad in Italy*. Quindici consigli per fare business in Italia, nonostante l'Italia, uscito a settembre per Rizzoli Etas editore. E adesso si è aggiunta "Italia Caput Mundi", terza fase di una campagna diventata ormai pluriennale. Perché la scelta di questo filone imprenditoriale? «Perché ci sembra che

Il saggio. A sinistra, la copertina del libro scritto da Giampiero Cito e Antonio Paolo (edito da Rizzoli Etas), i due responsabili del progetto che si trova all'indirizzo: <http://madinitaly.metiamocilatesta.it>.



SECONDO GLI AUTORI CITO E PAOLO I comandamenti per "far vincere il coraggio"

- 1** **Cerca di essere il primo.** Perché puoi inventare qualcosa che fino a oggi non esisteva.
- 2** **Pensa a un'idea semplice e realizzala (costi quel che costi).** Perché una bellissima idea non realizzata rimane soltanto un sogno.
- 3** **Sii differente (rompi gli schemi).** Perché ci sono idee geniali che hanno rivoluzionato prodotti già esistenti.
- 4** **Non avere paura!** Perché le avversità si possono sconfiggere se si combatte con la forza delle proprie idee.
- 5** **Ricordati che i brand italiani sono cognomi.** Perché le capacità imprenditoriali vengono tramandate di generazione in generazione.
- 6** **Trova il sistema di fare sistema.** Perché cercare collaborazioni può dare slancio alla tua idea.
- 7** **Ragiona in grande. Anche se sei piccolo.** Perché le piccole aziende con grandi idee possono sfidare i giganti.

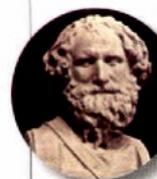
l'espressione Made in Italy si stia svuotando di senso», spiega Antonio Paolo. «Ormai tanti beni attribuiti all'Italia vengono falsificati nei mercati del Sud-Est asiatico, per questo abbiamo deciso di valorizzare chi sviluppa prodotti veramente italiani: il nostro obiettivo è dare un nome e una faccia agli imprenditori eccellenti rimasti qui. Sono loro a fare grande il Paese».

Così si rema contro. Nonostante il Paese, però. «Sì certo, l'Italia non li facilita: lo dice anche un altro indice, il Doing business index della Banca mondiale. L'Italia è 73ª su 185 Paesi e 30ª su 31 se si considera solo l'area Ocse». I parametri usati per la classifica sono quasi banali: dai tempi che servono per ottenere un permesso di costruzione a quelli necessari per ottenere gli allaccia-

menti elettrici, dalla facilità di accesso al credito alla capacità di risolvere gli insoluti. «Su tutte queste cose l'Italia pecca». Come riuscire a fare affari lo stesso, allora? «La cosa più importante è avere buone idee: devono essere semplici, utili e realizzabili. Cioè avere un mercato potenziale chiaro. E se l'idea cambia in corso d'opera non è una tragedia. Poi bisogna fare rete. L'Italia ha la forza di essere organizzata in distretti industriali: le aziende facciano cooptation, cioè competano cooperando, attraverso la condivisione di conoscenze e infrastrutture. Il terzo consiglio fondamentale che cito è: attenzione al passaggio generazionale. È vero che tante imprese italiane sono familiari, ma non si può dare per scontato che siano i parenti a gestirle. Talvolta servono dei veri manager». Loro, i manager, resistono. Ma le difficoltà sono tante: «La pressione fiscale ci schiaccia, ormai siamo al 55%, contro il 33% di Germania e Francia», spiega Ugo Pettinaroli, ad delle omonime rubinetterie. «Stiamo difendendo una leadership nell'export grazie a innovazioni di processo e di prodotto pensate dai nostri settori di ricerca e sviluppo, ma a queste condizioni e con la concorrenza sleale del Sud-Est asiatico non so per quanto potremo ancora rimanere i primi esportatori di rubinetti. Servono meno tasse e una vera difesa della proprietà intellettuale da parte dell'Ue sui mercati asiatici». Preoccupata anche Anna Ferrino, una dei 15 imprenditori di *Mad in Italy* e ad dell'azienda di prodotti outdoor. «Bisogna far ripartire l'economia: ridurre il costo del lavoro per noi imprenditori e far entrare più soldi nelle buste paga dei dipendenti: gli italiani devono tornare a consumare», questa è la sua ricetta.

Proprio per dare una mano alle imprese virtuose i due ideatori di "Italia caput mundi" vogliono passare a una fase più operativa della campagna, che da poco ha ottenuto il patrocinio del ministero dello Sviluppo

GLI ESEMPI FATTI DA MAD IN ITALY

**Stradivari & Meucci,
ecco i primi modelli**

Archimede (287-212 a.C., Siracusa) Uno dei più grandi pensatori della storia. È l'uomo dell'"Eureka". Gli imprenditori italiani lo ripetono ogni volta che trovano l'idea giusta.



Leonardo (1452-1519, Vinci). Secondo lui l'uomo poteva volare. Alcuni secoli dopo i fatti gli hanno dato ragione.



Antonio Stradivari (1644-1737, Cremona). Costruì i migliori violini di tutti i tempi, sapendo ascoltare il legno.



Giovanni Ricordi (1785-1853, Milano). Creò l'archivio che sarebbe andato a comporre la prima casa editrice musicale italiana: la Ricordi.



Antonio Meucci (1808-1889, Firenze-New York). Poteva essere conosciuto come l'inventore del telefono ma Bell gli soffì il brevetto.



Giuseppe Borsalino (1834-1900, Alessandria). Dal 1857 produce il celebre cappello esportato in tutto il mondo.

economico. Giampiero Cito e Antonio Paolo stanno cercando dei fornitori che offrano pacchetti di servizi alle imprese presenti sulla mappa. «Al momento hanno manifestato interesse Monte dei Paschi, Clouditalia e Saysoon. Ma stiamo cercando altri partner e i servizi, dalla formazione gratuita agli sconti sui server, sono ancora tutti da mettere a punto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

8

Tramuta un problema in opportunità. Perché, anche partendo da una situazione avversa, è possibile arrivare al successo.

9

Capisci quando i tempi sono maturi. Perché è fondamentale saper leggere il contesto storico ed economico del territorio in cui vivi.

10

Osserva con attenzione quelli che hai intorno. Perché devi saper cogliere le opportunità che può offrire il territorio in cui vivi.

11

Fai le cose a modo tuo. Perché le idee sono più forti se esprimono tutta la personalità dei loro creatori.

12

Valorizza le tue idee cercando qualcuno che creda in te. Perché sono molte le aziende cresciute grazie agli investimenti di chi ci ha creduto.

13

Condividi il futuro con i tuoi figli (anche se non ne hai). Perché puoi lavorare per cambiare il mondo grazie alle tue idee.

14

Se decidi di cambiare idea, non è una tragedia. Perché devi cercare la tua strada, anche a costo di lasciare quella vecchia per quella nuova.

15

Cerca di capire se sei leader o follower. Perché si può rafforzare la competitività italiana sui mercati internazionali attraverso una ricerca dell'eccellenza che sia condivisa.

L'impegno dell'Ice per rompere i monopoli

India, Brasile, Corea del Sud, Israele, Giappone, Lettonia, Estonia, Polonia, Canada, Russia. Sono i paesi di provenienza dei 30 operatori del settore vino che l'Ice, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, in collaborazione con Verona Fiere, ha selezionato per partecipare all'ultima edizione di Vinitaly.

«Non è stata casuale la scelta di questi paesi – ha spiegato il presidente dell'Agenzia Ice, Riccardo Monti – e soprattutto mirata al miglioramento dei rapporti commerciali con l'Italia, rapporti che devono partire proprio da esperti del settore che apprezzino i nostri vini per quello che sono». La formula privilegiata anche per questa occasione è stata quella degli incontri diretti con i produttori interessati a certi mercati. «Pochi minuti in cui l'azienda si presenta al buyer – continua Monti – e cerca di indicare quelle che sono le principali caratteristiche dei propri vini». Oltre a questo durante il Vinitaly sono stati promossi dei seminari di approfondimento su quelle che sono le pratiche burocratiche da un lato, le strategie dall'altro, per entrare meglio in determinati mercati. «È importante per le nostre aziende – conclude il presidente di Ice – avere una chiara idea di quelle che sono le azioni da intraprendere per aggredire nuovi paesi dove le potenzialità per il settore vino sono davvero importanti». Gli uffici dell'Agenzia Ice più impegnati negli ultimi anni sono stati proprio quelli nel cosiddetto Far East, ma anche in tutti quei paesi dove vige un sistema di monopolio. •

Gli scoraggiati sono oltre un milione

“Qui non c'è speranza, inutile cercare un posto”

Flop dell'ufficio di collocamento, regna sempre la raccomandazione

È come se l'intera popolazione di Milano avesse rinunciato alla possibilità di lavoro

Nei dati Istat ci sono anche 605 mila sottoccupati part time (+34 per cento in un anno)

Il dossier

ROBERTO MANIA

ROMA — È come se l'intera popolazione di Milano avesse rinunciato a cercare un lavoro convinto di non averne alcuna possibilità. Sono un milione e 300 mila gli scoraggiati nel mercato del lavoro italiano. Sono poco meno della metà (il 42,7 per cento) di coloro che gli statistici definiscono gli inattivi, quelli che non fanno più nulla per trovare un posto sebbene siano disponibili a lavorare. La somma di queste due categorie fa tre milioni e 86 mila persone, Milano più tutta la sua provincia. Poi ci sono i disoccupati, quelli che cercano attivamente un lavoro, e che sono due milioni e 744 mila. In tutto cinque milioni e 831 mila persone fuori dall'attività produttiva. Quasi sei milioni. Questa è la crisi dell'occupazione in Italia che emerge dall'ultimo rapporto dell'Istat il quale dice pure che ci sono 605 mila sottoccupati part time (+34 per cento in un anno) che vorrebbero lavorare di più ma sono costretti dalla recessione all'orario ridotto.

Siamo i peggiori in Europa. Non tanto per i disoccupati (percentuali più alte delle nostre si registrano in Spagna e Portogallo), quanto per l'enormità del numero di inattivi e scoraggiati. La quota di inattivi nel mercato del lavoro è tre volte superiore a quella della media europea. Un terzo

degli inattivi continentali risiede nel Belpaese. Abbiamo più inattivi che disoccupati, mentre in Europa i disoccupati sono il doppio degli inattivi. Sta qui anche il mal funzionamento del nostro mercato del lavoro e, soprattutto, degli organismi che dovrebbero favorire l'incrocio tra la domanda e l'offerta di lavoro. Da noi, nonostante le tante riforme, la quota di coloro che trova un impiego attraverso l'ufficio di collocamento rimane ancorata al 4 per cento. Una percentuale insignificante. Da noi la regola è il cosiddetto canale informale, quello delle conoscenze, dei rapporti familiari, delle relazioni sociali. Oltre il 40 per cento — secondo l'ultima indagine Isfol-Plus del ministero del Lavoro — trova lavoro così. Questo perpetua le disuguaglianze, azzerata la concorrenza, scoraggia e, infine, non fa bene nemmeno a chi trova il posto se è vero — sempre secondo l'Isfol — che chi segue la via informale guadagna di meno rispetto a chi conquista un posto con i canali formali. Non ci sono nemmeno più i concorsi: dopo il 2003 solo il 7,6 per cento di chi ha un'occupazione ha vinto una selezione pubblica, rispetto al 13,1 per cento del periodo 1998-2003 e del 27,3 per cento del periodo fino al 1997. Il blocco dei concorsi è un effetto delle politiche di austerità dettate dall'Europa. Vuol dire meno spesa pubblica e anche meno persone occupate.

Gli inattivi non sono mai stati

così tanti. Nel 2004 erano l'8,9 per cento, sono aumentati fino all'11,6 per cento nel 2012. Sono più donne che uomini, sono più giovani che lavoratori maturi (per quanto questi ultimi siano in crescita) stanno più nelle regioni meridionali che al nord. E si è appesantita pure la quota dei giovani Neet (Not in education, employment or training), cioè che non lavorano né studiano o seguono corsi di formazione: sono più di due milioni nella classe di età tra i 15 e i 29 anni, pari al 22,7 per cento della relativa popolazione, contro il 15,4 per cento della media europea. Ma anche contro il 9,7 per cento della Germania e il 14,5 per cento della Francia.

Gli scoraggiati raggiungono la percentuale impressionante del 47 per cento tra gli inattivi nel Sud del paese. E pesa tantissimo il basso livello di istruzione, uno dei fattori strutturali che rende statico il nostro mercato del lavoro come solo due giorni fa ha ricordato

la Commissione di Bruxelles. Dunque, ben il 66 per cento degli scoraggiati ha conseguito al massimo la licenza media. Rinuncia prima chi non ha titoli di studio. L'83 per cento di chi è laureato (dato Isfol), infatti, tende a intensificare la ricerca del lavoro. Solo il 20 per cento dei laureati direbbe di no a un'occupazione che comporterebbe un trasferimento, percentuale che sale al 50 per i lavoratori in possesso solo delle licenze elementari. Un paese in crisi, ma sempre immobile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La disoccupazione

Valori in migliaia

popolazione totale 15-74 anni: 45.866

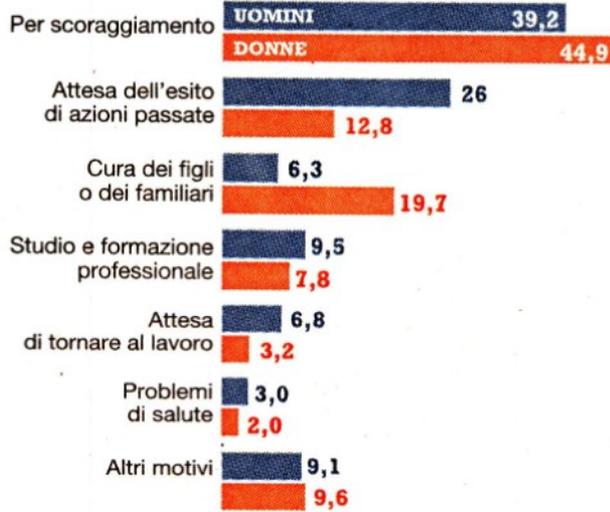


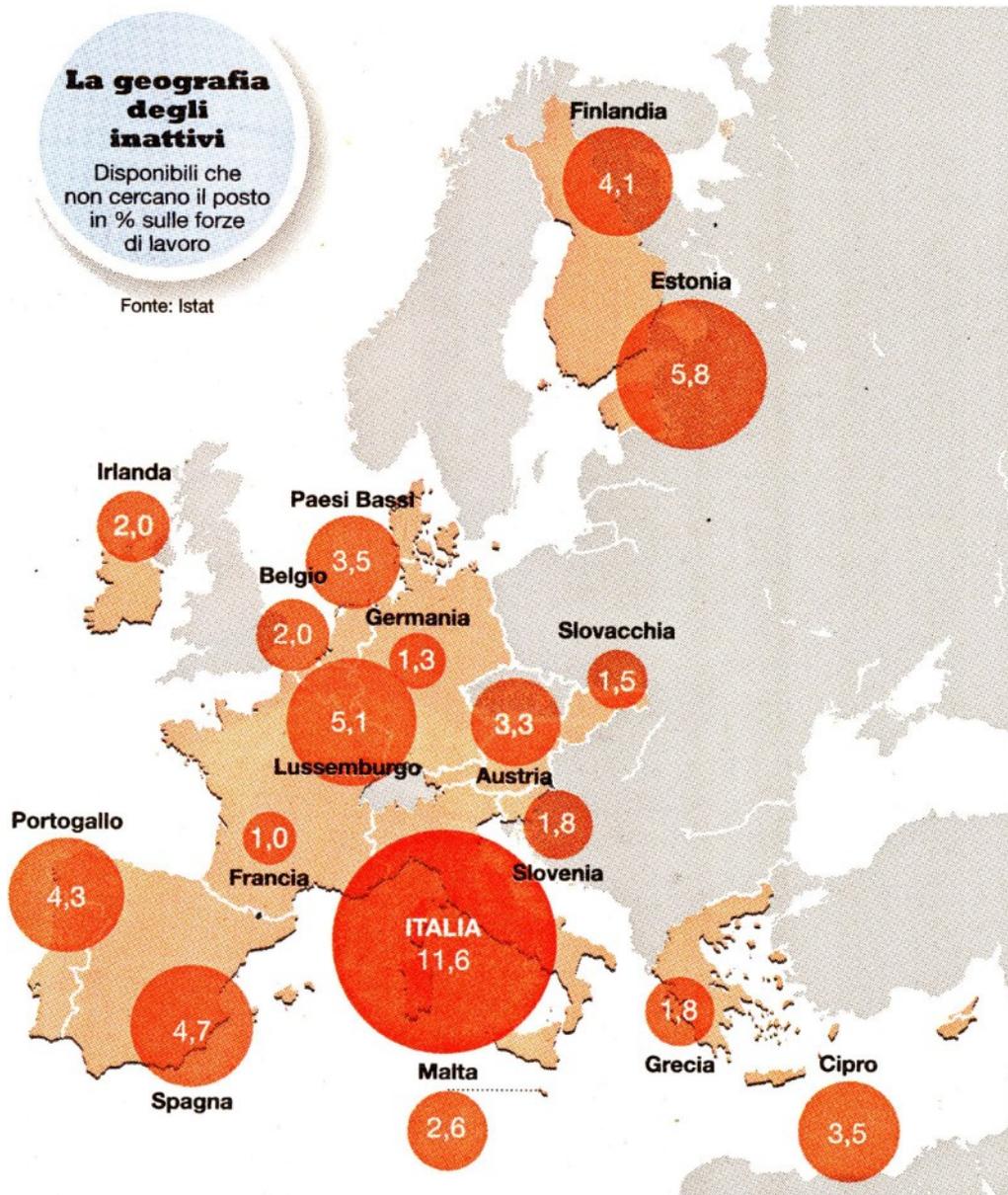
Perché gli "inattivi" non cercano lavoro

Valori in %



Tra questi ci sono 1.300 "scoraggiati" che dichiarano di non cercare lavoro perché convinti di non trovarlo





Allarme Bce. Squinzi ai sindacati: mai più guerre

Il dramma del lavoro in Italia i disoccupati a quota sei milioni

ROMA — Non accenna a diminuire l'emorragia di posti di lavoro: negli ultimi tre mesi del 2012 la disoccupazione nell'area euro ha raggiunto livelli senza precedenti, e in Italia i senza lavoro sono quasi 6 milioni. È l'analisi della Bce. Appello della Confindustria ai sindacati: insieme contro la crisi.

MANIA, POLIDORI E SCATTOLIN
ALLE PAGINE 10 E 11

Disoccupazione, allarme Bce “Livelli senza precedenti” in Italia 5,8 milioni senza lavoro

Appello di Confindustria ai sindacati: insieme contro la crisi

2,7 mln

SENZA POSTI
Nel 2012
cercavano
un posto
2,744 milioni
di italiani

+34%

PART TIME
I lavoratori part
time sono
cresciuti del
34% toccando
i 605 mila

1,3 mln

SCORAGGIATI
Non cercano
più un posto
di lavoro
1,3 milioni
di persone

**Bankitalia: dal 2007
persi sette punti di
Prodotto interno
lordo e 600 mila
occupati**

ELENA POLIDORI

ROMA — La recessione continua a falciare i posti di lavoro. La Bce lancia l'allarme: i disoccupati hanno raggiunto un livello «senza precedenti» e la situazione potrebbe peggiorare. L'Istat diffonde un calcolo-brivido: in Italia ci sono 3 milioni di «inattivi», persone che non cercano lavoro ma sarebbero disponibili a rimbocarsi le maniche. È il record dal 2004. Se si sommano questi individui con i disoccupati in senso stretto, sono circa 5,8 milioni gli italiani senza un im-

piego.

Sos occupazione, perciò. Le dimensioni del fenomeno preoccupano l'Eurotower e pure la Banca d'Italia. Fabio Panetta, neo vicedirettore generale dell'Istituto, non solo segnala che l'economia italiana sta fronteggiando la più grave crisi dalla fine della seconda guerra mondiale ma avverte: dal 2007 si sono persi 7 punti di Pil e 600 mila occupati. E di fronte a questo quadro, il presidente di Confindustria, Giorgio Napolitano, lancia un appello ai sindacati: «Credo sia finito il tempo degli scontri e delle incomprensioni, e si deve andare tutti nella stessa direzione. È una responsabilità storica».

«La crisi economica e finanziaria continua a gravare sul mercato del lavoro nell'area dell'euro», scrivono gli esperti del

presidente Bce, Mario Draghi, nel loro consueto Bollettino. «Nel quarto trimestre del 2012 l'occupazione è diminuita ancora, mentre il tasso di disoccupazione ha continuato a crescere, raggiungendo livelli senza precedenti». Le indagini segnalano un ulteriore calo degli occupati nel primo trimestre di quest'anno. In cifre, il tasso di disoccupazione per l'area dell'euro è aumentato dal 7,6% del 2007, all'11,4% nel 2012. Secondo la Commissione Ue, circa la metà di questi 3,8 punti di aumento è attribuibile a un incremento della disoccupazione strutturale». La Bce cerca di spiegare il perché. Un riquadro del Bollettino è dedicato proprio alla ricerca dei fattori che hanno contribuito all'exploit della disoccupazione strut-



turale. Sono quattro. Primo: la quota di disoccupati di lungo periodo è aumentata in molti paesi e anche nell'area euro. Secondo: quanto più a lungo i disoccupati restano senza lavoro, tanto più è probabile che le loro competenze diminuiscano e il capitale umano si deprezzi. Terzo: gli individui che accumulano periodi di disoccupazione molto lunghi possono essere considerati meno favorevolmente dai datori di lavoro, rendendo così assai arduo trovare un nuovo impiego. Quarto: più dura la disoccupazione, più le persone si scoraggiano nella ricerca di un posto.

Sono appunto quelli che l'Istat chiama gli scoraggiati. Un esercito di 1 milione 300 mila persone che fanno parte del plotone degli inattivi ma con una differenza di fondo: sono così convinti di non trovare lavoro che hanno smesso di cercarlo. La quota degli inattivi sulle forze lavoro, stabile all'11,6%, è tre volte superiore alla media europea (3,6%). Gli inattivi sono anche più numerosi dei disoccupati veri e propri: ben 2,7 milioni nel 2012, circa 1,2 milioni in più in cinque anni. I mercati non reagiscono a queste notizie e nell'asta di Btp e Cct registra tassi in calo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La Consip non è sempre obbligatoria

Nessun obbligo di adesione alle convenzioni Consip per gli enti locali, tranne che per le forniture di energia, gas, combustibili e telefonia; è invece obbligatorio il rispetto dei parametri qualità prezzo desunti dalle convenzioni stipulate dalle centrali di committenza. È questo il quadro che si trae dalla lettura delle norme che si sono succedute in questi ultimi mesi e sulle quali sono sorte, in sede interpretative, alcune tesi difformi che meritano di essere meglio chiarite e specificate alla luce della normativa vigente. In sintesi la situazione è tale per cui, alla luce del decreto c.d. spending review bis (legge 94/2012 di conversione del dl 52/2012), che ha rafforzato l'obbligo, per tutte le p.a., di fare ricorso alle convenzioni Consip per gli acquisti, ai sensi dell'art. 1, c. 499, della legge 296/2006, come modificato di recente dalla stessa legge 94, effettivamente esistono da un lato l'obbligo di adesione alle convenzioni Consip per le sole amministrazioni statali (tranne per quelle operanti nel settore dell'istruzione: scuole e università) e dall'altro l'obbligo di utilizzo delle convenzioni stipulate dalle centrali regionali da parte del servizio sanitario nazionale. Per gli enti locali (ma sono esclusi gli enti con popolazione fino a 1.000 abitanti, o a 5.000 per i comuni montani), invece, i paletti sono due: utilizzare i parametri di qualità e prezzo, sia delle convenzioni stipulate dalla centrale di committenza statale o da quelle regionali, come limiti massimi per la stipulazione dei contratti; aderire alle convenzioni Consip per i contratti di fornitura di energia elettrica; gas; carburanti rete e carburanti extra-rete; combustibili per riscaldamento; telefonia fissa e telefonia mobile (le precise categorie merceologiche sono indicate dall'art. 1 c. 7 del dl 95/2012). Sull'aggiudicatario dei contratti. C'è poi, sull'altro versante (privato), l'obbligo di pagamento di una commissione non superiore all'1,5% del valore del contratto per l'aggiudicatario delle convenzioni stipulate da Consip, per l'aggiudicatario di gare su delega bandite da Consip nell'ambito del Programma di razionalizzazione degli acquisti del Dipartimento dell'amministrazione generale, del personale e dei servizi, nonché per l'aggiudicatario degli appalti basati su accordi quadro.

Andrea Mascolini



GLI IMPEGNI

Lotta ai falsi e più mercato per il rilancio del settore

Il neo assessore Gianni Fava ha annunciato le sue dimissioni da parlamentare. Unica missione: tutelare l'agralimentare. L'export italiano vale 30 miliardi ed è questa l'unica ricetta anticrisi. «Bisogna però presentarsi – sottolinea – come filiera e non in ordine sparso. Bisogna andare a recuperare 60 miliardi di fatturato dei prodotti taroccati all'estero». E a dispetto della scritta «chiusa per sempre» che si legge sul cancello di un'azienda agricola non lontana dalla Cascina Santa Maria, l'assessore fa una promessa: «Da qui a 5 anni non chiuderà nemmeno un'azienda agricola. Ho intenzione di far fronte a questo impegno – ha precisato – facendo in modo che da un'agricoltura di sussistenza si passi a un'agricoltura di mercato. E sono pronto a dare battaglia anche alla Gdo». •

F.B.