



Economia del mare Si vive solo di pesca

DAPONTE ALLE PAGG. 2 E 3



Imprese: saldo negativo per il Sud Poco competitivi

BARLETTA A PAG. 7

IL NUOVO GOVERNO AL LAVORO

Il Mezzogiorno e i giovani sono priorità

di GIOVANNI ANCONA

Mentre scrivo queste note Mario Monti ha appena sciolto la rituale riserva che ogni Presidente incaricato formula prima di consultare le forze politiche. La composizione del suo primo Dicastero è appena stata diffusa e, data la velocità del suo impegno credo che conosceremo presto il suo programma di governo. Saluto con piacere, inoltre la breve lista dei suoi ministri e mi auguro che il numero dei viceministri e dei sottosegretari sia altrettanto snello: provocatoriamente ricordo, a questo proposito, che il Governo degli USA ha sempre avuto meno dicasteri di tanti Governi italiani del passato, quasi a testimoniare che non sempre e non necessariamente il numero è forza o quasi a testimoniare che l'elevato numero di ministri è o può essere sintomo di debolezza.

Questo governo non ne necessita: ha bisogno di forza e non può che trarla dall'autorevolezza del suo presidente e dei suoi ministri. Ma la cosa più importante di tutte riguarda, evidentemente, il programma, cioè la lista delle cose da fare. Beninteso tale lista è largamente contenuta nella famosa lettera di intenti intercorsa tra l'Italia e l'Europa con il governo Berlusconi in carica. Essa comprende molti punti e certamente dobbiamo aspettarci che dall'azione di Governo, cioè dal rispetto dei patti contenuti in quella lettera di intenti, fuoriescano "lacrime e sangue", cioè sacrifici per molti se non per tutti.

Ci è richiesto, infatti, di ridimensionare molte spese e di conseguire maggiore efficienza nella produzione dei pubblici servizi. La spesa per il siste-

ma del welfare, per la sanità, per la previdenza e via discorrendo va ridimensionata, ma potrà essere ridimensionata senza far precipitare la qualità di molti servizi se, in contemporanea, le riforme istituzionali collegate a questi ed ad altri istituti saranno accompagnate da recuperi di efficienza.

Tuttavia le riforme istituzionali che ci sono sollecitate sono eventi che producono i loro effetti in medio e lungo periodo mentre il deficit di bilancio va combattuto da subito e da subito va arrestata la corsa all'indebitamento. È lecito, perciò, attendersi a breve forme nuove (o vecchie, se si preferisce) di inasprimento fiscale. Il ventilato ripristino dell'Ici sulla prima casa è, al tempo stesso, un esempio di ciò che potrebbe accadere ed una realistica ipotesi su ciò che presumibilmente accadrà.

L'introduzione di nuove imposte o l'aggravio delle imposte esistenti non sono eventi popolari. È realistico che ciò sia destinato ad accadere nel prossimo futuro e questa realistica aspettativa aiuta a comprendere le ragioni per le quali la gran parte dei grandi partiti ha evitato un coinvolgimento diretto nel Governo ed anche perché qualche partito "populista" si sia esplicitamente detto contrario al Governo "tecnico" di Monti. Inasprimento fiscale, dunque. A breve sapremo attraverso quali imposte esso avverrà. Vale la pena ricordare, a tal proposito, che un inasprimento fiscale lo abbiamo già avuto non molto tempo fa attraverso l'aumento dell'IVA.

A quali imposte e/o a quali contributi toccherà ora? Lo vedremo. Nel frattempo non è male che tutti noi - incomin-

I dati - Le cifre parlano molto chiaro: al Sud scarseggiano gli stranieri

Il turismo regge (al Centro-Nord)

La crisi economica risparmia il turismo. O meglio, l'Italia in questo campo sembra aver fatto fronte alla crisi meglio dei Paesi più direttamente concorrenti, tornando ad essere mercato leader in Europa. È questa la principale evidenza del Rapporto sul turismo italiano 2011, vero e proprio punto di riferimento per operatori e policy makers del settore, curato da Mercury Sri e Irat. Nel 2010 l'Italia ha riconquistato la prima posizione per il mercato turistico complessivo dei Paesi UE, con una quota del 16,8%, mentre per quello internazionale il nostro Paese si colloca in seconda posizione fra i Paesi UE, con una quota del 18%, alle spalle della Spagna (22,7%).

BUONO ALLE PAGG. 8 E 9



In un rapporto dell'Osservatorio il successo decretato da mobile e social

L'eCommerce decolla: +20%



C'è un settore che si sta dimostrando anticiclico rispetto alla crisi globale e sta offrendo un'importante occasione alle piccole e medie imprese italiane per migliorare la competizione sui mercati internazionali in un momento di profonda incertezza: si tratta dell'e-Commerce.

Confermata nel nostro Paese la crescita a due cifre percentuali: dal +17% del 2010 al +20% del 2011 mentre il valore delle vendite da siti italiani supera quota 8 miliardi di euro. Per il terzo anno consecutivo aumentano più i prodotti (+24%) che i servizi (+18%), nonostante i secondi pesino ancora per i due terzi del comparto. Boom per i siti che vendono coupon (Groupon in primis).

TRAVERSA ALLE PAGG. 12 E 13

Torremaggiore

Piazza
affari
per l'olio
di Puglia

LEVANTACI PAGG. 4 E 5

Connessioni

Famiglie
in Rete
sempre
di più

COLELLA A PAG. 11

Itinerari

Palagianò
capitale
delle
clementine

STAGNANI A PAG. 18

La tesi

SEDT
storia
da
"studiare"

MACCHIA A PAG. 21

SEGUE A PAG. 17

Principali aggregati economici del cluster marittimo italiano (*), 2004 - 2009

	2004	% su totale Italia (anno 2004)	2009	% su totale Italia (anno 2009)
Pil al netto delle duplicazioni (milioni di euro correnti)	36.518	2,7	39.545	2,6
Costi intermedi e investimenti fissi lordi (milioni di euro correnti)	11.616	4,4	13.941	4,9
Esportazioni (milioni di euro correnti)	14.088	5	9.718	3,3
Importazioni (milioni di euro correnti)	4.046	1,1	3.193	1,1
Unità di lavoro dirette	164.070	0,7	213.638	0,9
Unità di lavoro totali	394.950**	1,6	476.916	2,0

(*) Il cluster marittimo comprende le attività industriali di produzione di beni e di servizi e i soggetti istituzionali, oltre alla ricchezza generata dall'indotto turistico della nautica e dalla spesa dei crocieristi sul territorio nazionale (**) Il dato delle Ula totali del 2004 non comprendeva gli occupati derivanti dalla spesa dei crocieristi

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat, Assonave, Ucina, Ipsema (oggi Inail), Assoport

La costa pugliese

Siamo la 2a regione per perimetro costiero, ma non tutte le attività economiche legate al mare sono sfruttate

km
800



Indagine Censis - Scarse le altre attività economiche

Puglia del mare brilla solo la pesca

La Puglia è la regione d'Italia con il perimetro costiero più lungo d'Italia (quasi 800 km) dopo la Calabria. Malgrado questa dote naturale, al 2009, rispetto alle altre regioni italiane brilla solo in una attività economica legata al mare, la pesca, comparto in cui fanno meglio solo Sicilia e Veneto. Nelle altre attività, invece, si deve accontentare di posizioni da metà classifica. È quanto emerge dal IV Rapporto economia del mare, pubblicato a fine ottobre dal Censis con la Federazione del mare (elaborato dal '98 ogni quattro anni).

Il rapporto considera diverse variabili riferite ai cinque comparti che più contribuiscono alla formazione del valore legato a cinque grandi famiglie di attività marittime (flotta armatoriale, portualità e trasporti marittimi, cantieristica, diporto e pesca). Ne ricava anche un indice sintetico, che esprime il peso dell'economia del mare nelle singole regioni del Paese. Secondo tale indice, la Puglia è solo undicesima. È 11esima anche per la flotta armatoriale, ottava per portualità e trasporti marittimi, dodicesima nella cantieristica e decima nel diporto.

L'indice sintetico assegna il massimo dei voti, invece, alla Liguria, che ha un'importanza modesta solo nella pesca (al nono posto) ma eccelle negli altri ambiti analizzati dallo studio: è la principale regione del Paese in termini di portualità e di diporto e occupa la seconda posizione per la cantieristica navale (dopo il Friuli Venezia Giulia) e per la flotta armatoriale (dietro la Campania).

Sul secondo gradino del podio troviamo la Campania, forte soprattutto nella componente armatoriale (conta 115 imprese armatoriali su 471 presenti nel Paese e il 34,2% delle navi) e nel comparto della portualità, in cui è terza grazie alla presenza dei due porti di Napoli e Salerno, entrambi ben posizionati nel segmento del trasporto di merci e in quello passeggeri. Il Friuli Venezia Giulia, invece, vanta uno dei più elevati gradi di specializzazione nella cantieristica: in particolare, nei suoi stabilimenti si concentra il 21,4% degli addetti che lavorano nel comparto a livello nazionale, mentre il valore delle esportazioni navali (pari a una media di 900 milioni di euro) è il più consistente d'Italia (il 21,2% delle esportazioni di navi e imbarcazioni e il 7,5% delle esportazioni complessive della regione). Seguono al quarto e quinto posto Veneto e Sicilia.

La Puglia, dunque, appare indietro nel "cluster" marittimo, ossia in settori dinamici e chiave per l'economia del Paese: l'Italia è prima in Europa per importazioni via mare e terza per esportazioni, dopo Germania e Olanda, e mantiene anche la leadership nel traffico crocieristico (con 6,7 milioni di passeggeri) e nella costruzione di navi passeggeri e motor-yacht di lusso.

Il comparto ha tenuto malgrado la contrazione per la crisi economica iniziata nel 2008. Nel 2009 ha contribuito al Pil nazionale per 39,5 miliardi di euro (2,6% di quello totale e l'11% di quello dei trasporti) e ha dato occupazione a circa il 2% della forza lavoro del Paese

(477mila persone fra addetti diretti e indotto). Lo scenario per il 2011 è di crescita contenuta ma potrà seguire una ripresa nel 2012.

Al Pil hanno contribuito soprattutto i trasporti marittimi (10,3 miliardi di euro), quindi le attività di logistica portuale e ausiliarie ai trasporti (6,7 miliardi), la pesca (4,4 miliardi), la cantieristica navale (4,3 miliardi) e la nautica da diporto (3,3 miliardi, a cui si aggiungono i 5 miliardi della spesa dei crocieristi). La componente con il più alto numero di unità di lavoro dirette, secondo il Rapporto, è la pesca, con più di 59.000 addetti (pesca marittima, attività di allevamento la piscicoltura), seguita da trasporti marittimi, attività ausiliarie e logistica portuale, nautica da diporto e cantieristica navale. A questi si aggiungono altre 260mila occupati nell'indotto.

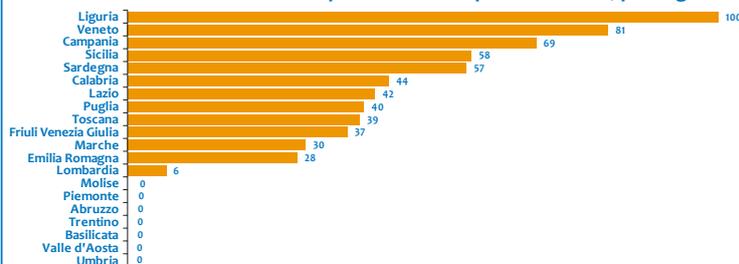
"I dati del Censis - commenta Paolo d'Amico, presidente della Federazione del mare - dimostrano che il cluster marittimo italiano è un campo di eccellenza del Paese. Come tutti, ha subito la crisi iniziata nel 2008, fra cui il crollo dei noli e il calo del fatturato, ma ha dimostrato una forte capacità di reazione".

"La riforma dei porti del '94 - prosegue - pur oggi bisognosa di ammodernamento, ha consentito all'Italia di qualificarsi in Europa come primo importatore ed esportatore via mare e prima meta per i passeggeri e viaggiatori delle navi da crociera. Oggi, in virtù di nuovi scenari di mercato, chiediamo più sensibilità alle istituzioni, per puntare su necessità strategiche per la competitività del settore, fra cui il mantenimento della normativa italiana ed europea sulla competitività della bandiera marittima, il collegamento dei nostri scali con le reti di trasporto terrestre, l'adeguamento dei fondi e la semplificazione di diverse procedure amministrative e fiscali".

"Il sistema marittimo - rileva Giuseppe Roma, direttore generale del Censis - deve compiere un nuovo salto di qualità, soprattutto migliorando la capacità dei propri nodi logistici di captare flussi commerciali in costante crescita, flussi che continuano ad avere come importante area di transito il Mediterraneo. Si dovrà guardare con attenzione non solo a mercati già in forte espansione, come quello dell'Asia orientale, dove gli interscambi marittimi da e per l'Italia crescono dalla metà degli anni 2000 a ritmi vorticosi, ma anche ad aree nelle quali il Paese, grazie al proprio armamento, può svolgere un ruolo di player di rango, come la sponda Sud del Mediterraneo (dove si colloca il 40% degli scambi da e per l'Italia), l'area Balcano-adriatica e quella del Golfo".

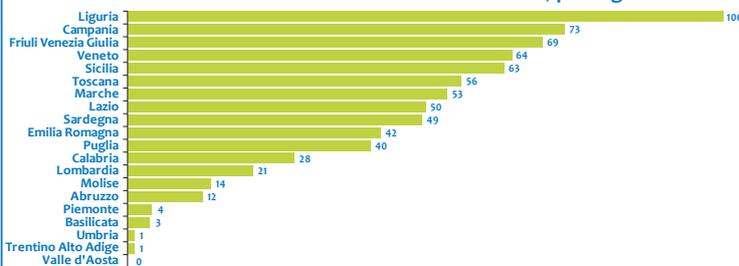
"Per sostenere la competitività - conclude Roma - occorrono investimenti nella componente avanzata del cluster marittimo, in particolare nell'information & communications technology e in automazione e sicurezza delle operazioni logistiche. Ma anche investimenti in ricerca e sviluppo di prototipi nella cantieristica".

Indice sintetico con riferimento a portualità e trasporti marittimi, per regione



Fonte: Coeweb-Istat, Telemaco Infocamera, Ucina, Ministero dei Trasporti, Assoport, Confitarma

Indice sintetico di intensità delle attività marittime, per regione



Fonte: Coeweb-Istat, Telemaco Infocamera, Ucina, Ministero dei Trasporti, Assoport, Confitarma

Infrastrutture - L'assessore Minervini Porti "arenati" dagli egoismi

"Da un lato la mancanza di una vera politica nazionale della portualità, che collochi questa cruciale risorsa al centro delle prospettive di sviluppo del Paese nel Mediterraneo: ognuno lavora solo per sé e rende tutti più deboli. Dall'altro, la farraginosità delle procedure per la realizzazione delle opere infrastrutturali: tempi troppo lunghi, soprattutto se comparati alla rapidità con cui i grandi cambiamenti economici stanno accadendo". Per Guglielmo Minervini, assessore regionale alle Infrastrutture strategiche e mobilità, sono questi due elementi a penalizzare il posizionamento dei porti di una regione, la Puglia, dove, pur essendo mare in abbondanza, languono settori come quello armatoriale, portualità e trasporti marittimi, cantieristica e diporto.

Minervini, peraltro, vede il bicchiere mezzo pieno: "Il rapporto ci colloca nella 'fascia alta dell'economia marittima', cioè tra le regioni che hanno nelle attività marittime un tassello di indiscusso valore". Nel rapporto, che elabora dati del 2009, vengono correlate variabili molto diverse tra loro: dalla pesca alla cantieristica, dal diporto ai traffici commerciali. Non v'è dubbio che fotografi fenomeni con problematiche sensibili: la crisi della pesca è ben altra cosa dai profondi mutamenti delle grandi direttrici del traffico container". Intanto al porto di Taranto si gioca una partita decisiva: la società Taranto container terminal, composta da due compagnie di trasporti, Hutchinson e Evergreen, ha formalizzato la richiesta di mobilità per 160 persone (su 400) e ha confermato i timori di un progressivo smantellamento dell'attività di transshipment a favore del Pireo, dove Evergreen ha già deviato cinque rotte a luglio scorso. "Siamo a un punto di svolta - dice Minervini - O si rilancia o si declina. È il momento di raccogliere tutte le energie, imprenditoriali, sociali ma anche economiche e infrastrutturali. Proviamo a immaginare il porto tra qualche anno: con la profondità dei fondali ad almeno 15 metri, la banchina risanata, una grande pista logistica per servizi retroportuali, il collegamento modale con la ferrovia. Questo diremo a Tct nel tavolo per rinegoziare il patto su Taranto in corso di insediamento. Quale porto offre queste condizioni? Questo è il momento di guardare oltre la crisi. Taranto e la Puglia lo meritano".

g.d.

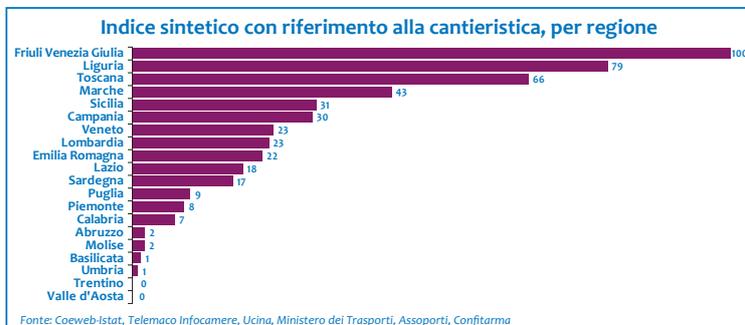




Per attività marittime posto

La Puglia è solo all'undicesimo posto in Italia per "peso" dell'economia del mare nella regione

11°



Intervista - Stefano, assessore Risorse agroalimentari

“Un sistema da rinnovare coi fondi Fep”

“Rinnovare il sistema della pesca con i fondi Fep (Fondo europeo per la pesca), le uniche risorse disponibili dopo i tagli delle manovre di Tremonti, incentivare l'ingresso nel settore delle nuove generazioni, promuovere l'ammodernamento delle flotte e, soprattutto, realizzare le filiere produttive del pesce che, in Puglia, hanno particolari potenzialità anche per la sua vocazione turistica”. Questi sono per Dario Stefano, assessore regionale alle Risorse agroalimentari, gli obiettivi strategici principali in un comparto, la pesca, in cui ci sono forti criticità ma che resta il solo, tra quelli analizzati nel Rapporto del Censis, a non far sfigurare troppo la Puglia (terza in Italia dopo Sicilia e Veneto).



DARIO STEFANO

“Bisogna incentivare l'ingresso nel settore dei giovani, ammodernare le flotte e realizzare la filiera produttiva del pesce”

tema capace di attrarre i progetti di vita dei più giovani”.

La pesca del bianchetto e del rossetto, economicamente e socialmente importante in aree della regione come il Golfo di Manfredonia, sembra destinata a scomparire. Quali prospettive ha alla luce della normativa europea e dei rischi sull'ecosistema marino?

“Gli auspici non risolvono, ahimè, il problema delle marine pugliesi, poiché sulle deroghe la Commissione europea si è già espressa più volte e senza lasciare più margini di trattativa. Inutile proseguire su quella strada, perché l'Italia sconta già una colpa grave, quella di non aver preparato il sistema produttivo all'entrata in vigore

del regolamento comunitario per la pesca nel Mediterraneo, avvenuta definitivamente nell'estate 2010, ma al termine di una lunga serie di deroghe e dopo che, per alcuni anni, si è finto di ignorare contenuti e prospettive ed effetti di quella norma europea. Quella superficialità di approccio oggi ci costringe, anche in Puglia, ad affrontare un'emergenza che riguarda intere marine che sui sistemi di pesca messi sul 'banco degli imputati', a torto o a ragione, hanno costruito la propria storia ed economia. In questo scenario, se la strada delle deroghe non è praticabile, diventa invece indispensabile perseguire quella alternativa e di maggiore corresponsabilità dei piani 'locali' di gestione, su cui misurare la capacità di far coesistere le esigenze degli operatori con una nuova responsabilità nella gestione degli stock ittici, che gli studi scientifici hanno indicato a rischio.

Ci stiamo battendo su questa linea, e abbiamo chiesto da tempo al Ministro all'Agricoltura di sostenerci su questa strada, la stessa che la Liguria e la Toscana hanno visto già riconosciuta da Bruxelles in relazione alla pesca del bianchetto”.

Quello della protezione degli stock ittici nel Mediterraneo è un tema di grande centralità in questo periodo storico.

“Su questo fronte siamo impegnati in un lavoro veramente faticoso che però rischia di essere vano. Le politiche europee a volte espongono il nostro sistema alla beffa oltre che al danno. Di questo tema non può farsi carico solo chi già fa parte dell'Ue. Nelle acque del Mediterraneo, infatti, pescano anche flotte provenienti da Paesi extra Ue, che poi piazzano regolarmente sul nostro mercato le specie e gli strumenti che ai nostri pescatori, invece, sono preclusi. Gli interventi regolativi delle attività produttive della Ue non devono limitarsi alle restrizioni per i propri operatori ma determinare un'azione politica 'del' e 'nel' Mediterraneo”.

Obiettivi - L'offerta per i visitatori Vanno “pescati” anche i turisti

La pesca va meglio rispetto ad altri settori pugliesi dell'economia del mare ma anch'essa risente della crisi e ha bisogno di rinnovarsi. Le nuove frontiere non mancano. Due, in particolare, sembrano promettere bene, la pesca turismo e l'ittiturismo, sull'onda del successo registrato negli ultimi anni dagli agriturismi, a cui questi comparti si ispirano.

La giunta regionale lo scorso 24 ottobre ha approvato un disegno di legge di riforma dell'agriturismo. Il testo assimila l'agriturismo alla pesca turismo e all'ittiturismo. “Per noi - ha detto Dario Stefano, assessore regionale alle Risorse agroalimentari - la pesca ha lo stesso valore dell'agricoltura, non solo dal punto di vista economico ma anche culturale e di appeal turistico. Per questa ragione abbiamo introdotto nel disegno di legge in materia di agriturismo, le attività ad esso assimilate, quelle appunto svolte dai prodotti derivanti dalla pesca. Abbiamo voluto così investire sulla prospettiva di valorizzare un'attività che trova nella diversificazione del reddito dei pescatori e nella tutela e promozione delle risorse ambientali, così come della cultura locale, una importante risorsa per una regione che vanta oltre 800 Km di coste”.

Le due forme di turismo “blu”, pesca turismo, cioè le escursioni giornaliere, e ittiturismo, quale servizi di alloggio e ristorazione, ha spiegato Stefano, “vedono protagonisti i pescatori e le tradizioni marine della Puglia e possono senz'altro crescere rappresentando una concreta proposta di riconversione e valorizzazione della ‘esperienza’ dei pescatori nel periodo di fermo-pesca. Al contempo offrono un contributo diretto alla riduzione dello sforzo di pesca. Per una regione che concentra la sua identità produttiva, sociale e culturale nell'agricoltura e nella pesca, ma anche nell'accoglienza, diviene allora essenziale promuovere queste forme di turismo ‘rurale’ e ‘marinresco’, in un'ottica multifunzionale tra agricoltura, pesca, turismo ed artigianato locale. Un'ottica che sappia valorizzare la dimensione economica dell'impresa e le ricchezze naturali, ambientali, culturali ed enogastronomiche pugliesi”.

Quanto possano essere floride le prospettive di queste attività lo dimostrerebbero anche alcune piccole esperienze di successo già avviate, che, dice l'assessore regionale, “assumono un valore pionieristico e ci stimolano ad investire su questa strada”.

g.d.



L'iniziativa – Da Torremaggiore la sfida per tutelare il prodotto locale

La Piazza Affari dell'olio foggiano

L'obiettivo è di quelli ambiziosi: quotare l'olio extravergine come in una vera borsa merci, registrare gli scambi commerciali e fissare il prezzo finalmente svincolato da operazioni di stoccaggio, speculazioni e quant'altro.

A Torremaggiore, nel Foggiano, da qualche settimana viene pubblicato un listino sulle quotazioni che per gli operatori agricoli locali diviene un punto di riferimento da cui partire per tentare di tenere su i prezzi. "Oggi – dicono i produttori – un quintale di Peranzana costa sul mercato circa 38 euro, ma vale esattamente il doppio. Questo però lo sappiamo soltanto noi che sosteniamo i costi di produzione, il mercato da questo punto di vista non ci sente". È per questa ragione che ora vogliono provare ad alzare la voce: il comitato di valorizzazione della Peranzana dell'alta Puglia è un tentativo non maldestro – almeno così assicurano – di fare cartello.

L'occasione per riscattare anni bui quando le olive foggiane venivano sistematicamente coltivate qui e trasformate altrove, l'olio che ne derivava imbottigliato sotto le più svariate etichette commerciali. Ma nessuna del territorio d'origine. Il comitato vanta in "portafoglio" la maggior parte delle aziende e delle società trasformatrici più rappresentative del comprensorio. Ci sono "quasi tutte" – dicono i proponenti – quelle di Torremaggiore, un "buon 50% del circondario: San Paolo di Civitate, Serracapriola". San Severo "risponde con un 30%", ma nel centro di riferimento dell'alto Tavoliere della Daunia si registrano altri movimenti analoghi in antitesi al comitato per la Peranzana torrese.

Si punta in questo modo alla costituzione di un consorzio che sappia valorizzare l'intera filiera, facendo sintesi e migliorando le intese a livello locale. I rischi che l'operazione non vada in porto ci sono tutti, e al comitato promotore questo lo sanno: la forte frammentarietà delle aziende produttrici potrebbe osta-

colare l'unitarietà di intenti che è alla base del progetto. Inoltre non mancano le iniziative di "disturbo" come, appunto, quella di altri comitati analoghi che stanno sorgendo (a San Severo è il Comune ad aver promosso l'idea di un consorzio di produttori, sulla falsariga di quello di Torremaggiore che si è mosso prima).

Insomma è per questa ragione che il comitato torrese, per il momento, non diventerà consorzio. "Vogliamo prima capire quale sarà la nostra reale forza – spiega Nazario D'Errico, agronomo e coordinatore del progetto – con questa iniziativa abbiamo cercato innanzitutto di organizzare una filiera di produttori dell'olio che non è mai esistita e aprire un vero e proprio contenzioso con gli speculatori. Se ci riusciremo lo sapremo più avanti, so soltanto che per la prima volta gli agricoltori della provincia di Foggia si mettono insieme per fare sistema".

In Capitanata si producono ogni anno 250mila quintali di extravergine e appena 25mila quintali di olive. Il 90% dell'olio prodotto è tutto extravergine. La Peranzana, che è la specie di punta dell'olivocultura nell'alto Tavoliere della Daunia, è considerata l'oliva più prelibata delle quattro sottozone di cui si compone la denominazione di origine protetta (Dop) per essa viene scomodato il paragone con il Brunello di Montalcino, il re dei vini di qualità, di cui la Peranzana sarebbe l'alter ego per l'olio d'oliva. Tanto è vero che il comitato, tra i suoi obiettivi, mette al centro anche il tentativo di aumentare la produzione di olive da mensa di cui il mercato italiano risulta fortemente deficitario. È così che il comitato, insieme alla commissione prezzi, ha promosso uno studio in collaborazione con le università di Foggia e Pescara (e coordinato dall'Unaprol), che si propone di portare a termine un'innovazione di processo finalizzata alla riduzione dei tempi lunghi della salamoia.

"Un processo – afferma D'Errico – che è proprio del territorio e che richiede tempi lunghi, dagli 8-12 mesi, improponi-

bili con le esigenze del mercato. In Italia vengono prodotte poche olive da tavola, la Puglia è ferma al 25% della richiesta nazionale, la Sicilia arriva al 41%. In totale siamo deficitari per il 58% che corrisponde alla percentuale di olive importate ogni anno dal nostro paese da Spagna e Grecia che sono i più forti produttori di olio e di olive d'Europa anche se la qualità non è la stessa che viene riconosciuta alle nostre olive. Il processo di durata della salamoia, una volta portato a termine, ci consentirà di accorciare i tempi di completamento al sessantesimo giorno".

Il comitato di valorizzazione della Peranzana dell'Alta Puglia ha dato avvio alle quotazioni dell'oliva da tavola Peranzana nella seduta dello scorso 14 novembre 2011. L'intento adesso è quello di dare avvio alle quotazioni dell'oliva da tavola per regolamentare il mercato territoriale attraverso l'applicazione di un "disciplinare merceologico" di prodotto (leggi articolo in basso). Tale strumento si pone l'obiettivo di qualificare le produzioni olivicole conferite dalle aziende agricole secondo un sistema organizzato di filiera. Il regolamento classifica le olive di Peranzana in categorie di qualità commerciale a cui fanno riferimento i prezzi di mercato espressione della qualità delle produzioni olivicole conferite.

Alla commissione prezzi di mercato per l'oliva da tavola e da olio aderiscono esclusivamente gli operatori della filiera olivicolo-olearia che hanno condiviso e sottoscritto il disciplinare tecnico. L'obiettivo prioritario resta la determinazione del prezzo di mercato della materia prima in relazione alla qualità merceologica. Il bollettino prezzi sarà pubblicato periodicamente nei comuni dell'area olivicola Provenzale (San Paolo Civitate, San Severo, Lucera, Apricena, Chieuti, Serracapriola e Torremaggiore) e inviato presso le sedi delle organizzazioni professionali, cooperative agricole, consorzi e ai tutti gli operatori della filiera.

MASSIMO LEVANTACI



La scheda – Norme del disciplinare Così va prodotta la "Peranzana"

Il disciplinare di produzione dell'oliva Peranzana si pone l'obiettivo di qualificare le produzioni olivicole conferite dalle aziende agricole secondo un sistema organizzato di filiera. È stato adottato un criterio di valutazione indicato dal comitato dei produttori utilizzabile esclusivamente dagli operatori della filiera olivicolo-olearia che condividono e sottoscrivono il documento.

Eccene i tratti salienti: dopo la raccolta le olive vanno collocate in cassette forate e trasportate all'impianto di trasformazione e/o centri di raccolta entro le 12 ore successive per il "controllo Qualità" utile all'attribuzione della "classificazione merceologica". Tale norma classifica le olive di Peranzana in due categorie commerciali: Extra (comprende le olive raccolte a mano di qualità superiore, ammessi eventuali lievi difetti del colore, della forma, dell'epidermide o della compattezza della polpa); Drupe sane (con assenza di lesioni e/o difetti/abrasioni, ammaccature, attacchi parassitari punture, marcescenza).

La norma, infine, definisce come "difetti" quelle evidenze estetiche – morfologiche riscontrabili attraverso una stima visiva: lesioni e/o abrasioni, attacchi parassitari (lebbra, marciumi, cocciniglie ecc.), ammaccature, rottura di colore e altro.

m.l.





Presentazione borsa

L'intervista – Il prof. Mauro Cignarelli dell'Università di Foggia

“Farmaco naturale per curare il cuore”

La dose ideale per vivere meglio? Due, tre cucchiaini al giorno. Ma l'olio extravergine non è una medicina e nemmeno un alimento, o forse è tutt'uno e due insieme. Sta di fatto che sempre più medici e specialisti lo consigliano per le diete di sana alimentazione e l'olio viene di gran lunga preferito a prodotti come burro e margarina molto più grassi. Non tutti però se ne convincono tanto facilmente, afferma il prof. Mauro Cignarelli, direttore della cattedra di Endocrinologia nella facoltà di Medicina dell'università di Foggia: “Io per primo ho dovuto fare opera di persuasione nei confronti di mia moglie affinché la torta la facesse con l'olio anziché con il burro”.

Oggi consumiamo più cibi sintetici rispetto ai nostri antenati, ma viviamo più a lungo.

Sembra un controsenso.

“C'è più innovazione, la tecnologia ha fatto passi da gigante anche nella diagnostica delle patologie. Ma che consumassero cibo più genuino i nostri nonni rispetto a noi non ci piove. Voglio solo citare qualche dato: il consumo di zucchero nella civiltà occidentale è aumentato da 5 a 50 chili pro-capite dalla guerra di Waterloo (1815: ndr). A mio avviso è un processo scandaloso quello di introdurre nell'organismo calorie che non nutrono”.

Anche gli americani, che continuano a dettare le mode, si sono accorti delle capacità salutistiche dell'olio però non modificano le proprie abitudini.

“Se ne accorse un professore americano in vacanza nella zona di Salerno. Notò, in partico-

lare, che in quell'area patologie legate a colesterolo o infarto erano pressoché assenti. E ciò fu ascritto alla particolare composizione dei grassi. Quello studio, dal titolo Seven country è alla base della dieta mediterranea. In compenso il mondo aglosassone continua a non amare l'olio ed a preferirgli le varie creme da spalmare molto più grasse. Rientra nella loro mentalità, sono quasi schifati da quella sostanza fluida che fuoriesce da una bottiglia”.

Lei sostiene che non bisognerebbe mai allontanarsi dalle proprie abitudini alimentari.

“Ognuno discende dalla sua tradizione di famiglia, volerla modificare o, peggio, allontanarsi da quel programma significa aumentare i rischi per la propria salute. L'olio, oltretutto, tiene a bada la pressione ar-

teriosa e riduce il rischio di malattie coronariche. Inoltre non è modificabile: la tecnologia, che ormai è in ogni cosa della nostra vita, non è ancora riuscita a mutarne tratti a caratteristiche in laboratorio”.

Le principali riviste scientifiche internazionali decantano l'olio e la sua funzione, ma siamo ancora lontani perché esso abbia un consumo davvero planetario.

“Su Nature, la bibbia dei ricercatori, all'olio vengono attribuiti poteri antinfiammatori. L'olio protegge dall'ossidazione, è un argine contro l'LDL, il cavallo di Troia che abbiamo nel sangue che porta il colesterolo cattivo. Un olio d'oliva ad alto contenuto di polifenoli fa diminuire l'LDL di 350 microgrammi per ogni chilo”.

m.l.

Un premio per il prodotto locale Per “Girolio” palati pronti

Un premio dedicato ai migliori olii di oliva della provincia di Foggia, organizzato con lo scopo di esaltare e celebrare degnamente la qualità delle produzioni olivicole di Capitanata, fiore all'occhiello del comparto agroalimentare del territorio. È questo il progetto al quale hanno dato vita l'assessorato provinciale alle Politiche Agricole e la Camera di Commercio di Foggia all'interno della manifestazione “Girolio”, in programma a Foggia il 17 e 18 dicembre prossimi.

“Girolio” è l'evento organizzato dalla Provincia di Foggia nell'ambito della manifestazione itinerante promossa dall'associazione nazionale Città dell'Olio con l'obiettivo di diffondere la conoscenza degli olii prodotti in Italia e, in particolare, al fine di rafforza-

re la filiera produttiva e commerciale di questo importante segmento del settore agricolo italiano. Un'iniziativa che riveste una valenza speciale per la Capitanata, da sempre terra d'eccellenza nella produzione di olio di oliva. Lo scorso anno, come si ricorderà, la tappa foggiana di “Girolio” è stata premiata dall'associazione nazionale città dell'olio come la migliore manifestazione italiana organizzata nell'ambito dell'iniziativa.

Quest'anno, dunque, l'Amministrazione provinciale e la Camera di Commercio hanno deciso di dar vita ad un vero e proprio concorso rivolto alle ditte produttrici di olio extravergine di oliva (info: www.provincia.foggia.it e www.fg.camcom.it).

m.l.

L'esperto – Usata dai grandi marchi Una oliva usata in mezza Italia

“L'oliva da mensa Peranzana subisce bolle speculative da cinquant'anni. Qui c'è la genesi dell'olio prodotto in Italia, tutto l'olio toscano, umbro, marchigiano ha le sue origini in questa specie che nasce in Capitanata e che per anni è stata trasformata altrove senza che nessuna etichetta lo abbia mai sottolineato”.

È duro il giudizio di Antonio Ricci, direttore scientifico della rivista “Olivo e Olio” del Sole 24 Ore che ha partecipato alla nascita del primo listino dell'oliva Peranzana. “Una strada obbligata quella della commissione prezzi – rileva Ricci – perché diventa fondamentale in questa fase non disperdere tutto il lavoro fatto a monte dai produttori per salvaguardare una produzione di eccellenza qual è questa che stiamo celebrando. In questi anni di deportazioni selvagge, i produttori hanno perso il 50% di valore aggiunto dell'intera coltivazione un danno che si riassume in termini economici e di mercato che diventa oggi difficile, ma non impossibile, recuperare”.

Uno strumento per recuperare valore aggiunto sta nell'export: “Oggi l'olio italiano sta soppiantando quello spagnolo o greco sui mercati emergenti. In Cina ci sono milioni di miliardari che richiedono espressamente l'olio italiano per le loro tavole anche se lo pagano molto di più”.

m.l.

Dai un taglio agli aumenti
della benzina.



Passa al Metano.



**SUBITO, FINO A 5.000 EURO DI ECOINCENTIVI FIAT.
DOPO, DIMEZZI I COSTI DEI TUOI VIAGGI.**

- Il **Metano** è il carburante più economico:
con Panda, Punto e Qubo fai più di **100 km** con meno di **4 Euro**.
- Il **Metano** è il carburante con il prezzo più stabile: meno aumenti, più risparmio.

FINO AL 30 NOVEMBRE SULLA GAMMA A METANO IN PRONTA CONSEGNA.



www.fiat.it

Es.: Qubo Dynamic Natural Power con Pack My Blue prezzo pieno € 14.450 (I.P.T. esclusa). Validità fino al 30/11/2011. Gamma Fiat Metano: Panda, Punto, Qubo e Doblo. I dati "dimezzi i costi dei tuoi viaggi" e "più di 100 km con meno di 4 €" sono calcolati su ciclo extraurbano e riferiti alla Gamma Fiat Metano. Ciclo urbano: ciclo combinato: metano da 3,9 a 4,9 (kg/100km); bz. da 4,0 a 7,2 (l/100km). Emissioni CO₂ (g/km): metano da 107 a 154; bz. da 113 a 166.

È L'UNIVERSITÀ DELLE CONCESSIONARIE

AQUILANO
Pavia
MAFFEI
Atene

AUTOCLUB
Sestri
MILLENIA
Sestri

AUTOSAT
Lecce
NUOVA AUTO3
Foggia

EFFEAUTO
Torino
SIAI
Torino

EUROCAR
Brescia
SIDAM
Trento



ANTONIO CORVINO

Rapporto OBI – Sondaggio su 4200 aziende

Imprese del Sud saldo negativo

Nel 2010 l'andamento di mercato delle imprese meridionali è stato "diffusamente negativo". Anche se le percentuali di calo, pur se precedute ancora dal segno meno, sono state più contenute del 2009. Mentre dai servizi (in particolare turismo e tecnologie dell'informazione e della comunicazione) è venuto qualche segnale positivo.

Queste sono, in sintesi, le conclusioni del Rapporto 2011 Impresa e competitività, presentato la settimana scorsa a Roma da OBI (Osservatorio regionale banche-imprese di economia e finanza) e da SRM (Studi e ricerche per il Mezzogiorno), con la collaborazione della Fondazione Curella di Palermo.

Il Rapporto, "costruito" sui risultati di un sondaggio che ha visto coinvolte 4.200 aziende nelle otto regioni meridionali, segnala fra l'altro la pre-

visione generalizzata, da parte delle imprese, di "una fase di difficoltà finanziarie" anche per l'anno che sta per concludersi.

Una domanda ancora debole, specie in ambito nazionale, ha determinato nel 2010 effetti negativi sia sulla produzione e sul reddito sia sull'occupazione. Un contesto all'origine di "tendenze depressive" anche sul grado di internazionalizzazione delle imprese.

Per il sistema produttivo meridionale, poi, il 2010 è stato duro – a giudizio delle imprese – a causa di difficoltà di accesso al credito (con conseguente rinuncia a investire), di "farraginosità delle amministrazioni pubbliche", di "indifferenza" dell'università e della ricerca pubblica, e di carenze della formazione.



PAOLO SAVONA



DANIELE MARINI

ORESTE BARLETTA

Superare i limiti del sistema L'aggregazione carta vincente

Per superare i limiti del sistema produttivo meridionale e puntare al superamento del divario Nord-Sud la politica economica, afferma il direttore generale di OBI Antonio Corvino, deve operare "una selezione dei soggetti e dei territori dotati di vantaggi competitivi (agro-industria, turismo, logistica, green economy, creatività e cultura)". Che "favorisca la crescita dimensionale delle imprese, l'aggregazione di rete, la qualificazione del capitale umano". E che "crei un consistente fondo di garanzia unico per le aziende del Sud".

"Il Rapporto – sottolinea il direttore generale di SRM Massimo Deandrea – sollecita strategie di sviluppo fondate sulle tre 'I' (innovazione, internazionalizzazione, infrastrutture). E una politica per l'aggregazione delle imprese affiancata a una strategia delle istituzioni per la valorizzazione del made in Italy". Solo così, aggiunge, il Sud potrà fare da traino all'economia dell'intero Paese.

o.b.

Giannola: i mercati interno ristagnano, bisogna espandersi L'internazionalizzazione è una scelta "obbligata"



ADRIANO GIANNOLA

"Molto preoccupato per le prospettive del Mezzogiorno", si è dichiarato il presidente della Smevz Adriano Giannola intervenendo nel dibattito seguito alla presentazione del Rapporto OBI-SRM. "Poiché in un contesto di consumi interni stagnanti se non calanti – ha spiegato – è indispensabile espandersi oltre confine, verso Paesi la cui crescita viaggia al 4-5% l'anno. Ma le imprese del Sud sono chiuse in trincea, e non contrattaccano". Qual è allora la via d'uscita? "Tornare alle politiche attive per il

Mezzogiorno – ha aggiunto – indirizzate soprattutto a rafforzare le filiere piuttosto che i distretti".

Ancora più pessimistiche, se possibile, le analisi di Paolo Savona, che del Rapporto è referente scientifico. Condividendo le valutazioni di Giannola, il presidente del Fondo interbancario di tutela dei depositi ha definito "drammatica" la condizione del Mezzogiorno, "dove sono stati smontati tutti gli strumenti per riequilibrare l'economia dell'area".

"Nel Sud – ha aggiunto – il problema oggi è riavviare un

percorso di sviluppo endogeno impegnandosi a "turare i buchi" del territorio. È necessario poi rivedere i patti europei; in caso contrario bisognerà assumere decisioni più gravi".

Daniele Marini, direttore scientifico della Fondazione Nord Est, ha segnalato poi che in quell'area il 47% delle imprese hanno rapporti con l'estero (nel Sud siamo a quota 30%); passando dalla delocalizzazione all'internazionalizzazione per competere con il Sud Est asiatico.

o.b.

Tra "dinamismi e trascinamenti" La Puglia sempre "terra di mezzo"

La Puglia nel 2010, secondo il Rapporto OBI-SRM, si è confermata "terra di mezzo": segnali di dinamismo e capacità di reazione da un lato, e dall'altro imprenditoria "di trascinamento", inerme e passiva. In un contesto di trasformazione strutturale, che è in corso da alcuni anni, stimolata da fattori competitivi esogeni (la concorrenza di Paesi emergenti, l'allargamento dell'UE a Est, le innovazioni tecnologiche), l'economia pugliese nel suo complesso si è indebolita fra il 2008 e il 2011.

Ha fatto eccezione il turismo che, in contro-

tendenza rispetto al resto del Mezzogiorno, ha registrato un saldo positivo delle presenze. Più articolato il quadro del settore manifatturiero: a una ripresa della domanda nell'agro-alimentare, nella petrolchimica, nella meccanica e nella produzione di macchine elettriche si è contrapposta la persistente debolezza del tessile, del legno e delle calzature oltre che dell'edilizia e dell'ICT.

Infine si sono ridotti sia il numero delle imprese esportatrici sia la quota dell'export sul fatturato.

o.b.

I dati confrontati col crollo del 2009 Per la Basilicata segnale positivo

In Basilicata il 2010, si legge nel Rapporto OBI-SRM, è stato un anno in cui l'economia della regione ha fatto registrare un "miglioramento generalizzato" rispetto al crollo dell'economia rilevato nel 2009, "l'anno più duro della recessione". Lo dicono le cifre di raffronto fra un anno e il precedente, che comunque nel 2010 restano precedute dal segno meno.

Questa valutazione nasce dai numeri che sia riferiscono sia all'andamento degli ordinativi (tanto il loro numero quanto il valore complessivo) sia al trend dei fatturati; e riguardano tutti i set-

tori presi in considerazione dal Rapporto meno uno, quello delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, per effetto dello spostamento della domanda sui servizi ad alto valore aggiunto.

L'industria manifatturiera e il turismo mostrano andamenti analoghi, con un saldo di ordinativi negativo che però è ancora più accentuato con riferimento ai fatturati (effetto di una difesa di quote di mercato, ottenuta riducendo le entrate). Nell'edilizia i trend invece sono invertiti.

o.b.

Il "bisogno" di vacanza Si moltiplicano le offerte

Il Rapporto, oltre a sottolineare che il turismo è "un mercato di mercati", per l'integrazione di economie diverse ma complementari, che si tratta della maggiore industria italiana e di un'attività che, nel caso del Paese ospitante, è assimilabile all'esportazione di un bene (all'export), evidenzia come il moltiplicarsi e differenziarsi del bisogno di fare vacanza abbia avuto come conseguenza un analogo moltiplicarsi e differenziarsi di forme di offerta e di prodotti.

Ciò ha avuto come presupposto e risultato l'introduzione e affermazione di nuovi fattori attrattivi e di nuove destinazioni turistiche, ha attivato nuove relazioni all'interno delle destinazioni, ha dato origine a filiere produttive o a costellazioni di operatori economici non accomunati dalla percezione/consapevolezza, dall'interesse nei confronti del consumatore/turista. Ha sviluppato nuovi segmenti di turismo e nuovi mercati, ambiti che da una connotazione di nicchia si sono evoluti in segmenti significativi, approcci che hanno comunque saputo condizionare anche mercati maturi in termini di evoluzione del prodotto.

L'analisi ha poi evidenziato trend differenti specie per quel che attiene ai mercati maturi: i flussi diretti verso le città d'arte, in crescita fino al 2007, sono stati stazionari negli ultimi due anni (33 milioni di arrivi per 91 milioni di pernottamenti); più altalenante l'andamento del turismo balneare (nel 2007 il picco con 119 milioni e 602 mila presenze); in flessione il turismo in montagna, come suggerisce l'indicatore significativo degli sci venduti: 400 mila paia per la stagione 2004-2005, 250 mila per quella 2009-2010. Con 13 milioni e 200 mila ospiti le località termali accolgono il 3,7% delle presenze tra quelle classificate dall'Istat: si tratta di destinazioni oggetto di un interesse crescente da parte dei visitatori, e infatti è positiva la dinamica degli arrivi a fronte di una contrazione della permanenza media e delle presenze complessive. In forte aumento i passeggeri nei 17 maggiori porti italiani, passati, dal 2000 al 2010, da 2 milioni e 900 mila a oltre 9 milioni e 300 mila.

In un momento non facile per il settore turistico - rileva il Rapporto - la "destinazione Italia" è chiamata a rilanciare la propria competitività, andando oltre i luoghi comuni e gli stereotipi, per valorizzare in pieno le potenzialità di un turismo ispirato ai valori distintivi del Made in Italy e capace di attrarre i target emergenti. Una sfida da vincere attraverso la diffusione di una cultura del destination management, in grado di supportare solide strategie di sviluppo e di coinvolgere le comunità locali in processi evolutivi che, oltre ad alimentare la competitività turistica della destinazione, possono attivare circuiti virtuosi di crescita del capitale economico e sociale del territorio, favorendo il rilancio di aree marginali.

Il turismo culturale, ad esempio, viene spesso classificato co-

me segmento che basa la sua capacità attrattiva sul patrimonio "materiale" (arte, archeologia) e sulle performing arts, mentre si tende a trascurare se non a ignorare quello immateriale, costituito da migliaia di eventi legati alle tradizioni, alle culture, alla storia, alla religiosità, alle tipicità di "sapori" e sapori, che annualmente animano città ma soprattutto borghi grandi e piccoli del nostro Paese.

Questi eventi non sono cioè ancora concepiti dal sistematurismo come materia prima motivante, ma nel migliore dei casi vengono considerati solo come sfondo e animazione di quello materiale, come spettacolo folkloristico nel senso più deterioro del termine e non invece come risorsa identitaria della comunità, in grado anche di motivare la domanda turistica più attenta e colta, che viaggia alla ricerca di esperienze ed emozioni, che possono offrire le persone, le comunità più che i monumenti in sé.

Gli eventi legati al patrimonio etnoantropologico che annualmente si svolgono nel nostro Paese, tranne qualche piacevole eccezione, richiamano infatti visitatori che provengono quasi esclusivamente da località della stessa regione, come evidenzia uno studio di ISNART riportato nel saggio.

La proposta che viene lanciata è quella dell'adozione, da parte soprattutto delle regioni, di politiche di valorizzazione turistica del patrimonio culturale immateriale, il quale, coniugato con quello materiale, ha le potenzialità per divenire "materia prima" di innovativi prodotti turistico-culturali.

Ma per arrivare a questo risultato è opportuno il coinvolgimento diretto degli operatori turistici non solo nell'attività di promo-commercializzazione dei prodotti, ma anche nella costruzione di distretti turistico-culturali basati sulle risorse-guida della cultura materiale e immateriale che caratterizzano soprattutto la cosiddetta "Italia Minore", che è necessario valorizzare e mettere in rete come fattore strategico determinante per far competere con maggiore efficienza il nostro Paese sui mercati turistici mondiali.

Qualche considerazione a parte merita il Sud: il Rapporto evidenzia come le sue grandi potenzialità siano tuttora sottoutilizzate. Gli stranieri presenti sono molto pochi rispetto al resto d'Italia e ai Paesi mediterranei concorrenti. Poco presenti anche gli italiani delle altre regioni, ragione per la quale prevale nettamente un turismo di prossimità non sempre di qualità. Il Rapporto denuncia la mancanza di un vero e proprio piano turistico che doti il Mezzogiorno di un'offerta integrata di qualità sia in termini materiali che immateriali e che faccia fronte una volta per tutte al "paradosso della stagionalità", ovvero di un'area che presenta una stagionalità più accentuata che nel resto d'Italia, nonostante il clima più favorevole. **a.b.**

Turismo: l'Italia "ignora" la crisi



La crisi economica risparmia il turismo. O meglio, l'Italia in questo campo sembra aver fatto fronte alla crisi meglio dei Paesi più direttamente concorrenti, tornando ad essere mercato leader in Europa. È questa la principale evidenza del Rapporto sul turismo italiano 2011, vero e proprio punto di riferimento per operatori e policy makers del settore, curato da Mercury Srl (una delle maggiori società di ricerca e promozione del turismo e dei beni culturali) e Irat (Istituto di ricerche sulle attività terziarie del CNR) in collaborazione con Istat, Acis, Isnart-Uinioncamere, Ciset, Enit, Banca d'Italia e il Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Per il turismo internazionale in Italia, nel 2009, si è raggiunto il minimo storico degli ultimi quattro anni del decennio, con 106,8 milioni di presenze straniere e 32,6 milioni di arrivi. Nel corso del biennio 2007-2009, però, la diminuzione media del movimento degli stranieri in termini di pernottamenti è stata dell'1,2%, in Grecia dell'1,5%, in Francia dell'4,7%, in Spagna del 5,7% e nel Regno Unito del 2,9%.

Questi andamenti hanno portato appunto l'Italia a ri-

**Nel 2010
il Bel Paese
è primo
nel mercato
turistico
nell'UE**

conquistare la prima posizione per il mercato turistico complessivo (domestico e internazionale) dei paesi UE, con una quota del 16,8%, mentre per quello internazionale il nostro Paese si colloca in seconda posizione fra i Paesi UE, con una quota del 18%, alle spalle della Spagna (22,7%).

Nel 2010 le rilevazioni Constat stimano un andamento differenziato con un aumento della movimentazione degli stranieri ed una diminuzione di quella degli italiani, effetto sia della crisi sia della concorrenza sui bassi prezzi degli altri Paesi mediterranei. Le presenze e gli arrivi degli stranieri sarebbero cioè aumentati rispettivamente del 2,4% e del 4,6%, quelli domestici diminuiti del 3,1% e del 2,6%. Questi movimenti opposti determinano una si-

tuazione di quasi stazionarietà del saldo complessivo, con un aumento degli arrivi dello 0,5% e una riduzione delle presenze dello 0,7%. È stato superato di poco il numero di presenze straniere dell'anno record, il 2007 (163,5 a 163,3 milioni), che verrà oltrepassato nettamente (previsione di 170 milioni: +4%) a fine 2011.

Le ultime rilevazioni stimano forti incrementi anche per l'effetto rimbalzo della movimentazione degli stranieri (e dei connazionali) a causa delle crisi istituzionali in atto nei paesi della riva Sud del Mediterraneo, che hanno contribuito ad allontanare i frequentatori internazionali, anche se in modo assai differenziato.

Dicevamo delle presenze straniere, la cui quota sul totale è in aumento: dal 41,4% del 2000 al 44,4% del 2010. Il mese di punta per i clienti stranieri è luglio, con il 18,1% delle presenze (per gli italiani agosto con il 25,2%). La più nutrita rappresentanza non indigena è quella tedesca (29,6%); seguono Paesi Bassi (6,8%), Regno Unito (6,6%) e Francia (6,6%). Veneto (22,5% del totale delle presenze), Trentino e Lazio attirano da sole la metà dei visitatori non italiani.

ANDREA BUONO

**Hanno contribuito 3 milioni di lavoratori
Prodotta una ricchezza
che va oltre i 100 mld**

Circa 95 miliardi di spesa effettuata dai turisti nel 2010 hanno prodotto una ricchezza quantificabile in oltre 100 miliardi di euro, pari al 7% di tutto il valore aggiunto nazionale ed al 10,1% dei consumi interni, cui hanno contribuito più di 3 milioni di unità di lavoro. Per quanto non sia stata ancora colmata la perdita registrata rispetto al 2007, il sistema produttivo che ruota intorno al turismo ha retto meglio degli altri settori economici e mostrato una buona capacità di reazione. Questo è confermato dal fatto che il valore aggiunto turistico giunge ormai a valere quattro volte quello prodottosi nel comparto agro-alimentare e più di cinque volte quello ge-

nerato dal settore della moda.

Se consideriamo l'economia turistica nel suo insieme, il fatturato sale a quasi 171 miliardi annui e il valore aggiunto generato a più di 181 miliardi, pari al 13,1% del totale.

Non va infine dimenticato il ruolo della bilancia turistica nel riequilibrare i conti con l'estero dell'Italia: l'entità degli introiti netti per il turismo (quasi 9 miliardi), infatti, compensa più che tutto il disavanzo agroalimentare e oltre un terzo della bolletta petrolifera.

Insomma, il turismo è il più importante comparto produttivo del Paese.

a.b.





Centro Studi del Touring Club Italiano
**Previsioni:
+ 4-5%
dall'estero**

Realizzato dal Centro Studi del Touring Club Italiano, TurisMonitor 2012 riporta dati e statistiche sull'andamento del turismo mondiale, europeo e italiano.

A livello mondiale, nonostante i timori per le principali economie occidentali, le previsioni di chiusura 2011 appaiono rosee, con un incremento degli arrivi internazionali del 4-5%. Se il motore del turismo globale è tornato a essere l'Europa (+6,4% gennaio-giugno 2011), seguita dall'America (+5,6%), non mancano le preoccupazioni per i Paesi della sponda Sud del Mediterraneo, che vivono ancora gli effetti della crisi geopolitica (-40,4% e -39% di arrivi internazionali in Egitto e in Tunisia).

I dati 2011 paiono in linea quindi con i segnali di ripresa già riscontrati l'anno precedente: dopo un 2009 da dimenticare, il 2010 si è chiuso, infatti, con un +6,6% per gli arrivi internazionali (940 milioni) e con un +7,4% della spesa turistica mondiale (920 miliardi di dollari). La ripresa complessiva è confermata anche dalle previsioni 2011 dell'incidenza del turismo sul PIL mondiale (9,1%) e degli occupati nel settore: quasi 259 milioni di lavoratori, circa il 9% della forza lavoro totale, di cui 100 milioni riconducibili direttamente al turismo.

Una sorpresa la riserva la classifica dei primi dieci Paesi per arrivi internazionali, che nel 2010 vede confermarsi al vertice la Francia (76,8 milioni, stabile sul 2009) e al secondo posto gli USA (59,8 milioni, +8,8% sul 2009), prima della Cina che, con 55,7 milioni di arrivi internazionali e un tasso di crescita del 9,4% sull'anno precedente, ha superato la Spagna (52,7 milioni e +1%

Il motore del turismo globale è tornato ad essere l'Europa

sul 2009). Segue al quinto posto l'Italia (43,6 milioni e +0,9%).

L'avanzata cinese prosegue anche considerando la classifica dei Paesi top spender in turismo: dopo Germania (78,1 miliardi di dollari nel 2010) e USA (75,5 miliardi), la Cina è terza (precede il Regno Unito), con una spesa all'estero di quasi 55 miliardi di dollari, in crescita del 25,6% rispetto al 2009.

Anche l'Italia turistica si sta lentamente riprendendo: entro fine 2011 si stima che la spesa dei viaggiatori stranieri crescerà del 4-5% sul 2010, superando i 30 miliardi di euro. In lieve crescita, poi, è la quota di connazionali che si sono concessi un periodo di vacanza (47%, era il 46% nel 2010), anche se il fattore crisi resta: chi non ha viaggiato è stato costretto perlopiù da motivi economici (53% contro il 49% del 2010). Guardando ai mercati di riferimento esteri, è saldo il primato tedesco per presenze e spesa (4,6 miliardi di euro nel 2010, -3,2% sul 2009). Merita poi una riflessione la composizione del nostro portafoglio: da una parte si assiste al ridimensionamento del ruolo della Germania - nel 2000 era il 33% (52 milioni di presenze) del mercato incoming, nel 2009 la quota è scesa al 29,6% (47,3) -, dall'altra al consolidamento di

un gruppo di "secondi mercati" che si attestano ciascuno sui 10 milioni di presenze annue (Francia, Olanda, Regno Unito e USA). L'outgoing sembra aver assorbito meglio la crisi: dopo un rallentamento nel 2009 (-4,3% la spesa sul 2008), già nel 2010 ha mostrato segnali di ripresa che dovrebbero confermarsi nella chiusura 2011 (+4,4%, a quota 21 miliardi di euro). Se le destinazioni preferite sono Francia, Spagna e USA, i motivi che spingono gli italiani a scegliere l'estero sono nel mix di offerta: per il 2011, infatti, la vacanza oltreconfine è stata giudicata meglio rispetto a quella in Italia, in particolare per il fattore prezzi.

"I dati italiani sull'incoming - afferma Franco Iseppi, presidente TCI - pur lasciando intravedere segnali positivi, fanno tornare il Paese alle performance 2006 e ci ricordano che il cammino per la normalità è ancora lungo. Senza considerare che restano questioni strutturali che penalizzano il nostro turismo minando un sistema di 34.000 alberghi e 100.000 strutture complementari che danno occupazione, insieme all'indotto, a 2,2 milioni di persone, incidendo sul PIL per l'8,6%".

"Con riferimento all'attualità e ai 400 milioni di euro destinati dal Ministro Brambilla ai contratti di sviluppo per il Sud - prosegue Iseppi - mi preme sottolineare che, se e quando questi soldi arriveranno in Calabria, Campania, Puglia e Sicilia, sarà tutto da dimostrare il loro impatto positivo sul tessuto imprenditoriale locale che vive di turismo e avrebbe invece bisogno di essere guidato verso l'innovazione tecnologica e di prodotto e la qualificazione del capitale umano".

Chi viene da fuori
Bene il Veneto tra le regioni

Secondo le elaborazioni del Ciset (Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica) presentate nel Rapporto, nell'anno 2010 la regione con il maggiore apporto di spesa turistica dall'esterno, cioè dai turisti esteri e dai residenti nelle altre regioni italiane, è il Veneto, con circa 8.291 milioni di euro, davanti all'Emilia Romagna (circa 8.067), alla Lombardia (7.852), al Lazio (7.506) ed alla Toscana (7.405).

Le regioni con la minore spesa dall'esterno sono Molise (131 milioni di euro), Basilicata (258) e Calabria (820).

La regione con il maggiore movimento outgoing all'estero e nelle altre regioni italiane è la Lombardia (15.437 milioni, pari a più di un quarto della spesa complessiva fuori regione di tutte le regioni), seguita da Lazio (7.118), Piemonte (6.120) ed Emilia Romagna (5.108).

La regione con la maggiore spesa interna dei turisti residenti (spesa domestica regionale) è la Sicilia con 3.263,7 milioni di euro, seguita dal Lazio, 2.811,9, e dalla Puglia, 2.700,5.

La regione con la maggiore spesa complessiva di turisti, considerando l'apporto dall'esterno dei residenti nelle altre regioni e dall'estero e anche quella interna dei residenti, è l'Emilia Romagna, con circa 10.686 milioni di euro, seguita dal Veneto con 10.686 milioni di euro e dal Lazio con 10.318.

Dalla contrapposizione dei dati riportati emerge che la regione con il saldo della bilancia fra spese in entrata ed in uscita (cioè la differenza fra spese degli stranieri più le spese dei residenti nelle altre regioni nella regione, meno le spese dei residenti all'estero e nelle altre regioni) più in attivo è la Toscana con 4.350 milioni di euro, seguita dal Trentino Alto Adige con 4.034, dal Veneto con 3.734 e dall'Emilia Romagna con circa 2.960. I saldi più negativi sono quelli di Lombardia (7.595 milioni di euro), Piemonte (3.769) e Campania (702 milioni). **a.b.**

Anche la percentuale di italiani che scelgono il Sud è più bassa
Macché Mezzogiorno: gli stranieri preferiscono ancora il Centro e il Nord

Solo il 12,9% degli stranieri che fanno vacanza nel bel Paese alloggia nel Mezzogiorno (Sud e Isole). La quota degli stranieri sul totale delle presenze raggiunge in questa zona appena il 27,8%, contro il 46,6% del Centro-Nord. Scarso è poi l'appeal dell'area anche verso i turisti nazionali: solo il 17,4% dei residenti nelle regioni del Centro Nord fa vacanza al Sud. È uno dei dati più interessanti tra gli altri contenuti nel Rapporto sul turismo italiano 2011.

Resta tuttavia l'Emilia Romagna la meta preferita (14% delle presenze) del turismo domestico (dei residenti nella regione), anche se la maggior parte del movimento turistico non viene rilevata perché costituita da pernottamenti in abitazioni per vacanza, le cosiddette seconde case: ad ogni presenza in strutture ricettive censite corrispondono quasi tre presenze in

abitazioni per vacanza non rilevate.

La maggiore spesa turistica dell'anno 2010 si rileva sempre in Emilia Romagna, con 10.686 milioni di euro (59,6% da residenti di altre regioni, 24,6% da residenti in loco, 15,9% da stranieri).

La maggiore spesa degli stranieri si rileva in Lazio, con il 18,2% di quella rilevata in Italia; seguono Lombardia (16,8%) e Veneto (15,1%).

La maggiore spesa per provenienze nazionali dalle altre regioni si rileva ancora in Emilia Romagna (16% del totale), seguita dal Trentino (11%).

La maggiore spesa nella regione di residenza si rileva per il Lazio (10,8%), seguito dall'Emilia Romagna (10,1%).

Le presenze in Italia dei clienti provenienti dai Paesi BRIC (Brasile, Russia, India, Cina) sono aumentate del 50% nel quinquennio 2005-2010.

Di quasi centotrenta milioni il movimento dei passeggeri (56,7% internazionali) negli aeroporti nel 2009: erano 90,142 milioni nel 2000 e 135,1 milioni nel 2007. Principali destinazioni internazionali per passeggeri aeroportuali: Spagna, Francia, Germania, Regno Unito, Usa, Paesi Bassi, Egitto.

Le imprese con valenza turistica corrispondono al 10,3% di tutte le imprese italiane (11,4% nel Nord Est; 9,2% nel Sud). Spesa totale consolidata del settore pubblico per il turismo nel periodo 2000-2009 pari a circa 1,4 miliardi di euro l'anno. Nel Quadro Strategico Nazionale 2007-2013 sono programmati interventi per la valorizzazione turistica pari a circa 5 miliardi di euro: ad inizio 2011 solo il 15% delle risorse è stato impegnato.



Dati Raccolta Rifiuti in Puglia - ATO BA2 - Anno 2010



BARI

BINETTO

BITETTO

BITONTO

BITRITTO

GIOVINAZZO

MODUGNO

PALO DEL COLLE

SANNICANDRO DI BARI



Mese	Indifferenziata Kg.	Differenziata Kg.	Tot. RSU. Kg.	Rif. Diff. %	N. Trasmissioni
Gennaio 2010	20.105.160,00	4.111.914,00	24.217.074,00	16,98 %	9 comuni su 9
Febbraio 2010	17.977.719,00	3.803.044,00	21.780.763,00	17,46 %	9 comuni su 9
Marzo 2010	20.308.652,00	4.489.833,00	24.798.785,00	18,11 %	9 comuni su 9
Aprile 2010	19.180.420,00	4.529.006,00	23.709.426,00	19,10 %	9 comuni su 9
Maggio 2010	20.211.242,00	4.401.733,00	24.612.975,00	17,88 %	9 comuni su 9
Giugno 2010	19.728.898,00	4.400.386,00	24.129.284,00	18,24 %	9 comuni su 9
Luglio 2010	20.250.243,00	4.376.064,00	24.626.307,00	17,77 %	9 comuni su 9
Agosto 2010	19.362.860,00	3.721.062,00	23.083.922,00	16,12 %	9 comuni su 9
Settembre 2010	19.075.118,00	6.080.233,00	25.155.351,00	24,17 %	9 comuni su 9
Ottobre 2010	19.566.350,00	4.697.467,00	24.245.817,00	19,30 %	9 comuni su 9
Novembre 2010	18.417.630,00	4.369.398,00	22.787.001,00	19,17 %	9 comuni su 9
Dicembre 2010	19.289.691,00	6.125.106,00	25.414.797,00	24,10 %	9 comuni su 9

Via Marchese di Montrone 5 - Bari

Audiweb – Aumentano le famiglie con accesso a internet da casa

Felici e... connessi in Italia più Rete

Cresce la disponibilità di accesso alla rete nelle case italiane, con il 62,4% delle famiglie con almeno un componente fino a 74 anni (13,2 milioni) che dichiara di avere un accesso a internet da casa attraverso almeno uno dei device (pc di proprietà, pc aziendali, televisori), registrando un incremento dell'8,5% rispetto a settembre 2010. È il risultato della ricerca condotta da Audiweb sulle abitudini del consumo di internet da parte degli italiani nel mese di settembre.

Analizzando in trend le principali tipologie di connessione a internet da casa delle famiglie, si riscontra una crescita sia dell'ADSL/Fibra ottica (+4,6%) che delle chiavette internet (+21%) rispetto allo scorso anno.

Più in dettaglio, risulta una maggiore disponibilità di accesso da casa attraverso computer, confermata nel 69,1% dei casi (33,3 milioni di individui tra gli 11 e i 74 anni), con percentuali di penetrazione inferiori per quanto riguarda l'accesso da luogo di lavoro/ufficio, disponibile per il 40,4% degli italiani occupati (9,2 milioni), da luogo di studio nel 7,1% dei casi (3,4 milioni) e da altri luoghi (internet point, biblioteche, ecc.) nel 5,2% dei casi (2,5 milioni).

L'accesso a internet da cellulare, smartphone, PDA è disponibile nel

19,3% dei casi (9,3 milioni). Per quanto riguarda il profilo socio-demografico, dichiarano di avere un accesso a internet da qualsiasi luogo e strumento il 75,7% degli uomini e il 71,5% delle donne; in particolare i giovani tra gli 11 e i 17 anni (89,9% degli individui in questa fascia d'età) e i 18-34 anni (88,5%) e nella fascia più matura tra i 35 e i 54 anni (81,2%), di tutte le aree geografiche d'Italia. Analizzando più in dettaglio i dati di sintesi sulla disponibilità di accesso da dispositivi mobili (cellulare, smartphone, PDA), risulta connesso un italiano su cinque (9,3 milioni di italiani tra gli 11 e i 74 anni), con un incremento del 74% in un anno (+12,2% nell'ultimo trimestre).

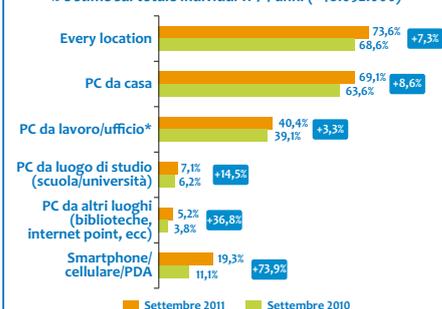
Tra le attività più citate da chi dichiara di accedere a internet da cellulare: navigare su internet (nel 50,5% dei casi), inviare/ricevere e-mail (29,9%), consultare motori di ricerca (27,5%), accedere ai social network (24,9%). Quote comprese tra il 10% e il 20% per altre attività come scaricare applicazioni, consultare itinerari, mappe, il meteo, consultare siti di news, guardare video online.

Internet Audience (Include internet applications)

	set-11	set-10	variazione % settembre 2011 / settembre 2010
Popolazione (·000)	54.795	54.696	0,2%
Utenti connessi a internet (·000)	38.739	35.499	9,1%
Utenti attivi nel mese (000)	26.959	24.042	12,1%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	12.886	11.986	7,5%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (hm)	1:22	1:26	-4,3%
Pagine viste nel giorno medio per persona	171	168	2,6%

Fonte: Audiweb database, dati settembre 2011 - Audiweb powered by Nielsen

Individui (11-74 anni): accesso a internet % e stime sul totale individui 11-74 anni (=48.092.000)



(*) Le percentuali di accesso da pc da luogo di lavoro/ufficio sono calcolate su base occupati
Fonte: Audiweb Trends - Diffusione dell'ordine in Italia

Il dato - Navigazione
Tra le 15 e le 18 c'è il top

Secundo i dati pubblicati da Audiweb, nel mese di settembre 2011 l'audience online ha raggiunto 27 milioni di Italiani dai 2 anni in su che hanno navigato almeno una volta attraverso un PC, il 12% in più rispetto all'anno precedente. L'audience online nel giorno medio registra 12,9 milioni di utenti attivi (+7,5% rispetto a settembre 2010), che hanno consultato 171 pagine trascorrendo in media 1 ora e 22 minuti al giorno per persona.

La distribuzione dell'uso del mezzo

nelle diverse fasce orarie presenta una particolare attività online a partire dalla fascia oraria tra le 9 e le 12 (5,7 milioni di utenti attivi) e una presenza più consistente e stabile nelle ore pomeridiane fino alle 21. La fascia oraria più importante è quella tra le 15 e le 18 che vede online 6,7 milioni di utenti, il 52,3% degli utenti attivi nel giorno medio, che trascorrono 32 minuti consultando 67 pagine per persona.

SANTA COLELLA

L'evento - Appuntamento alla Fiera del Levante dal 25 al 27 novembre. Ancora pochi posti Anche a Bari nuove idee con BeMyApp

Direttamente da San Francisco arriva a Bari BeMyApp, un contest innovativo per creativi, sviluppatori, start-upper, designer, geek ma anche per semplici curiosi e appassionati dell'hi-tech. I partecipanti, in sole 48 ore, dovranno mettersi in gioco per immaginare le killer application di domani, condividere competenze, creare il proprio team, realizzare un'applicazione vincente.

La sfida, che si svolgerà alla Fiera del Levante dal 25 al 27 novembre (paviglione 81 - Sala Tridente/Levante), ha già registrato il tutto esaurito ma restano disponibili alcuni biglietti extra. La partecipazione è gratuita ma è necessario prenotarsi sul sito <http://bmabari.eventbrite.com>. Info disponibili su www.bemyapp.it e sulla pagina Facebook di BeMyApp Italia.

L'evento, che in pochissimi mesi ha già conquistato Francia (Parigi, Marsiglia, Lione), Inghilterra (Londra) e Germania (Berlino), è organizzato in Italia dall'Associazione Qiris (Qualità Innovazione Ricerca Istruzione Sicurezza) e sostenuto da Enti del calibro di Google, Microsoft, Informatici senza frontiere,



Associazione Italiana Calcolo Automatico.

Venerdì 25 i partecipanti si incontreranno, si conosceranno e presenteranno idee per applicazioni innovative: si formeranno così i diversi team di lavoro. Sabato 26 i gruppi svilupperanno il prototipo dell'App. Domenica 27 una giuria di esperti voterà le App migliori. Nel corso delle tre giornate interverranno autorità ed esperti di innovazione.

Perché partecipare? Gli organizzatori spiegano che solo così si potrà entrare in contatto con mondi eterogenei (programmatici, grafici, esperti di marketing, creativi, sviluppatori e utenti finali), vincere l'inerzia, condividere le proprie idee e collaborare con perfetti sconosciuti (dal confronto nasce l'innovazione), crescere insieme agli altri (grazie alla possibilità di accedere a una comunità internazionale e ad eventuali investitori).

FABIO TRAVERSA

Il premio - L'idea di tre studentesse di Marketing App foggiana per Nokia

Carmen Bonuomo, Maria Costantina Mormando ed Elena Martiradonna, iscritte al corso di laurea magistrale in Marketing Management all'Università di Foggia, sono le fresche vincitrici dell'ottava edizione del Nokia university program, il concorso di idee promosso dal colosso finlandese di telefonia mobile che dal 2003 chiama a raccolta gli universitari per una sfida di ingegno e creatività: ideare una nuova applicazione per smartphone, completa di business plan per sostenerne il lancio.

Le tre studentesse, coordinate da Giuseppe Cabalrese, ricercatore nella stessa Facoltà, hanno i-

deato E-school, un'App che semplifica, velocizza e rende più efficace lo scambio di informazioni tra i vari attori della vita scolastica - docenti, dirigenti, studenti e genitori - con spazi dedicati alle principali attività che regolano il mondo-scuola.

"Abbiamo pensato E-school con l'obiettivo di agevolare il rapporto tra scuola e famiglia - commentano le vincitrici - Non ci aspettavamo di vincere, è il primo anno che l'Università di Foggia partecipa e siamo orgogliose di essere noi a rappresentarla".

f.t.

Il dato - I download a fine anno saranno 30 mld 900mila applicazioni

Nel mondo sono oltre 900.000 le applicazioni già disponibili sui principali application store ed entro fine anno si stima di raggiungere il milione. Un boom che vedrà il numero di download superare a fine 2011 i 30 miliardi di lanci.

Lo sviluppo di un'offerta sempre più ampia di contenuti è solo uno degli elementi che hanno scatenato un circolo virtuoso nel mercato mobile. Altri dati testimoniano chiaramente, infatti, questo circolo virtuoso. Innanzitutto il numero di smartphone sta rapidamente crescendo (+50% le vendite nel 2011), anche grazie alla diffusione di di-

spositivi "low cost". Con i tassi di crescita previsti si stima che nel giro di 3/4 anni gli smartphone (ad oggi circa 500 milioni nel mondo) supereranno il numero di pc (oggi pari a circa 1,4 miliardi). Inoltre il numero di utenti internet da mobile continua a crescere a tassi elevatissimi e arriverà tra pochi anni - 2 o 3 al massimo - a superare, a livello mondiale, il numero di utenti che accedono al web da un pc. In molti Paesi, poi, si stanno già implementando le reti cellulari di nuova generazione, che porteranno la velocità della banda su mobile a superare i 100 megabit al secondo.

f.t.

Il fascino delle app Tre lettere che passione

Secundo una ricerca del Pew Internet & American Life Project nel 2011 il numero di utenti americani dotati di almeno un'applicazione sul proprio dispositivo mobile è aumentato del 16%, arrivando al 43% del totale dei possessori di cellulari. Nel settembre 2009 gli affezionati delle App rappresentavano solo il 22% dell'utenza mobile. Secondo lo studio le App costituiscono la principale attrattiva di tablet e smartpho-

ne. Il vero appeal dei nuovi dispositivi mobili, dunque, è la possibilità di lavorare, leggere, e interagire con le migliaia di App offerte da negozi online. Ad apprezzare in particolar modo i software per smartphone e tablet, secondo lo studio, sono soprattutto i giovani tra i 18 e i 29 anni che nel 60% dei casi hanno scaricato almeno una App nell'ultimo anno. Anche i più anziani, però, sono attratti dalle applicazioni, in par-

ticolare da quelle di giornali e aziende, utili per raccogliere notizie di cronaca e informazioni sui prodotti di maggior interesse. A conferma del fatto che quella che stiamo vivendo si può tranquillamente definire l'era delle App il fatto che la loro popolarità sia cresciuta a tal punto da raggiungere quella delle e-mail, almeno tra gli utenti mobili Usa.

f.t.

Previsioni – Osservatorio eCommerce B2c-Politecnico di Milano

Il commercio online non sa cos'è la crisi

Nel 2011 accelera la crescita dell'eCommerce B2c in Italia: dopo il +17% registrato nel 2010 il commercio elettronico nel nostro Paese fa nel 2011 un balzo in avanti del 20% superando quota 8 miliardi di euro. Si confermano, dunque, le ottime previsioni di metà anno per il mercato italiano, formulate dall'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm-Politecnico di Milano, giunto alla sua decima edizione. La ricerca ha misurato il valore delle vendite, intese come valore complessivo dei beni transati, analizzando i fatturati dei principali operatori italiani, sentiti tramite interviste dirette, i fatturati degli operatori minori, raccolti sulla base di survey.

Se si considera l'acquisto da web shopper italiani questo valore va aumentato di 1,2 miliardi (ovvero il saldo della nostra bilancia commerciale) e supera i 9,2 miliardi di euro, pari a circa il 2% del totale vendite retail.

In un periodo di oggettiva difficoltà dell'economia globale l'eCommerce fa registrare un tasso di crescita in doppia cifra più alto di quello osservato l'anno precedente. Il prezzo sembra giocare in questa dinamica un ruolo da protagonista, come confermato dagli ottimi risultati delle iniziative di eCommerce che hanno puntato su questa leva. Uno dei fenomeni più dirompenti è infatti il boom dei siti di couponing, che da soli hanno contribuito per quasi un quarto della crescita delle vendite online nel nostro Paese. Vi sono poi i club online che, grazie a prezzi sempre più competitivi e ad un'offerta sempre più assortita, hanno quasi raddoppiato il loro giro di affari nel 2011. Molto bene anche le vendite dei voli low cost, in crescita sopra la media.

DUE FENOMENI DA CONSIDERARE La ricerca di quest'anno evidenzia due fenomeni particolarmente interessanti. Il

Dopo il +17% del 2010, nel 2011 sarà +20%. Boom delle categorie "mobile" e "social"

primo è il mobile Commerce, che nel 2011 cresce in tripla cifra (+210% rispetto al 2010) e arriva a quota 81 milioni di euro, pari all'1% delle vendite online. Tramite mobile si vendono prevalentemente prodotti e servizi per i quali è importante cogliere un'occasione essendo online in un preciso istante (ad esempio aste online o vendite a tempo sui siti del club online). Il secondo è il social Commerce, fenomeno ancora molto embrionale, ma dalle potenzialità interessanti.

RISPETTO ALL'ESTERO Il confronto con i principali mercati occidentali evidenzia un buono stato di salute dell'eCommerce italiano, che cresce a ritmi superiori rispetto a Gran Bretagna (in crescita del +10% nel 2011), Francia (+12%), Germania (+10%) e Usa (+11%), anche se in valore assoluto le differenze sono ancora importanti. Il mercato italiano è infatti un sesto di quello inglese (che vale oltre 51 miliardi di euro), un quarto di quello tedesco (34 miliardi di euro) e meno della metà di quello francese (20 miliardi di euro).

NEL DETTAGLIO Crescono bene tutti i comparti merceologici, sia quelli di prodotto (+24%) che quelli che vendono servizi (+18%). Anche nel 2011 il settore con il

tasso di crescita maggiore è l'abbigliamento (+38%), seguito da editoria, musica e audiovisivi (+35%). Per il terzo anno consecutivo la vendita online di prodotti cresce ad un tasso maggiore rispetto a quella di servizi, con i quattro principali settori merceologici di prodotto (abbigliamento, informatica ed elettronica di consumo, editoria, musica ed audiovisivi e grocery - che include i prodotti alimentari e health&care da supermercato) che crescono mediamente del 30%.

L'abbigliamento si conferma il settore con la crescita più elevata (+38%), grazie alle ottime performance di yoox.com e dei club online. L'editoria, musica e audiovisivi cresce a ritmi simili con un incremento del 35% annuo, riconducibile sia all'ingresso di Amazon sia alla crescita dei principali merchant già operanti nel settore. L'informatica ed elettronica di consumo fa registrare un tasso di crescita del 22%, doppio rispetto al 2010, frutto anche in questo caso dell'effetto Amazon e degli ottimi risultati dei grandi retailer attivi nel settore. Il grocery, con un tasso di crescita del 17%, viene trainato anche nel 2011 dai buoni risultati di Esselunga.

I servizi, in crescita del 18% rispetto al 2010, sono spinti nel 2011 dalle vendite di Coupon grazie al vero e proprio boom dei principali siti in questo ambito (Groupalia, Groupon e LetsBonus su tutti), e dalle assicurazioni, che crescono del 22% in virtù delle ottime performance dei leader di mercato. Il turismo cresce nel 2011 con un tasso del 13%, frutto dei risultati particolarmente positivi di alcuni operatori e di prestazioni meno brillanti di altri. Le ricariche telefoniche rimangono stabili, mentre il ticketing (biglietteria per eventi) cresce di pochi punti percentuali.

FABIO TRAVERSA

Tutti i device – Meglio i servizi Dal turismo quasi metà delle vendite

Nonostante qualche variazione marginale sul peso dei singoli comparti i servizi valgono anche nel 2011 i due terzi dell'eCommerce B2c in Italia, e il turismo, da solo, pesa per quasi metà delle vendite. La buona crescita percentuale delle vendite di prodotti, più alta di quella fatta registrare dai servizi, non ha ancora modificato sostanzialmente gli equilibri.

Il turismo, pur con una leggera riduzione di quota rispetto al 2010, continua a valere il 49% dell'eCommerce in Italia. A seguire, con il 10% ciascuno, l'informatica ed elettronica di consumo e l'abbigliamento, con il 9% le assicurazioni, con il 3% l'editoria, musica ed audiovisivi e con l'1% il grocery. Il restante 18% è costituito da tutti gli altri comparti, tra cui spiccano per importanza le ricariche telefoniche e il couponing (con quasi il 4% delle vendite online ciascuno), seguite dal c2c di eBay.it e, infine, dal ticketing per eventi (pari all'1,5% dell'eCommerce B2c).

Complessivamente, quindi, i servizi, spinti quest'anno dal boom dei siti di couponing, rappresentano anche nel 2011 i due terzi del valore dell'eCommerce. La situazione italiana resta fortemente disomogenea rispetto a quella dei principali mercati occidentali (Usa, Gran Bretagna, Francia e Germania), dove le vendite di prodotti rappresentano più del 60% del valore dell'eCommerce (tra il 63 ed il 65% per la precisione).

ft.

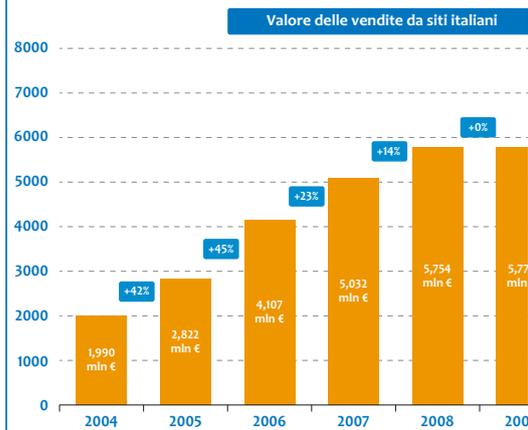
La scelta dei prodotti Smartphone e tablet alla riscossa

Il mobile Commerce cresce nel 2011 in tripla cifra (+210% rispetto al 2010), vale circa 81 milioni di euro, l'1% delle vendite online.

Il valore del mobile Commerce - inteso come il valore delle vendite al consumatore finale da parte di merchant con operatività in Italia, mediante mobile site o application per smartphone - passa da 26 milioni di euro nel 2010 ad 81 milioni di euro nel 2011.

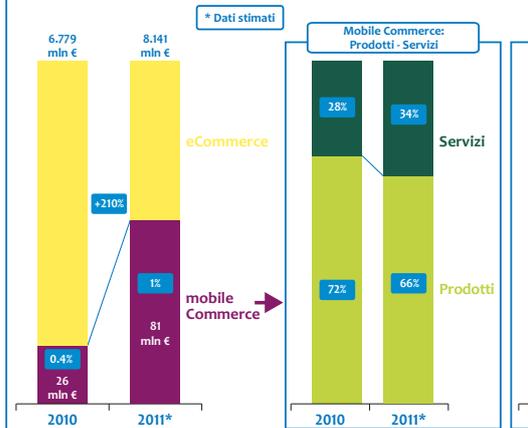
I due terzi delle vendite via mobile sono di prodotti e un terzo di servizi. Nel 90% dei casi si tratta di situazioni di acquisto in cui è importante cogliere una occasione essendo online in un preciso istante. Alcuni esempi sono rappresentati dalle aste online (la cui chiusura è stabilita/regolamentata), dalle vendite a tempo (in cui la tempestività nell'acquisto è determinante viste le disponibilità limitate di prodotti), dalle prenotazioni (e/o i cambi) di biglietti per i mezzi di trasporto e di camere d'albergo (in cui l'acquisto può essere guidato da esigenze improvvise e non pianificate). Per le altre vendite, in cui è il cliente a decidere il momento dell'acquisto, l'utilizzo del mobile sembra essere penalizzato per un'oggettiva "inferiorità" del device rispetto al desktop/notebook, a causa dello schermo troppo piccolo, della limitata possibilità di fruire di contenuti multimediali, della velocità di navigazione non sempre all'altezza. ft.

La dinamica delle vendite eCommerce B2c in Italia



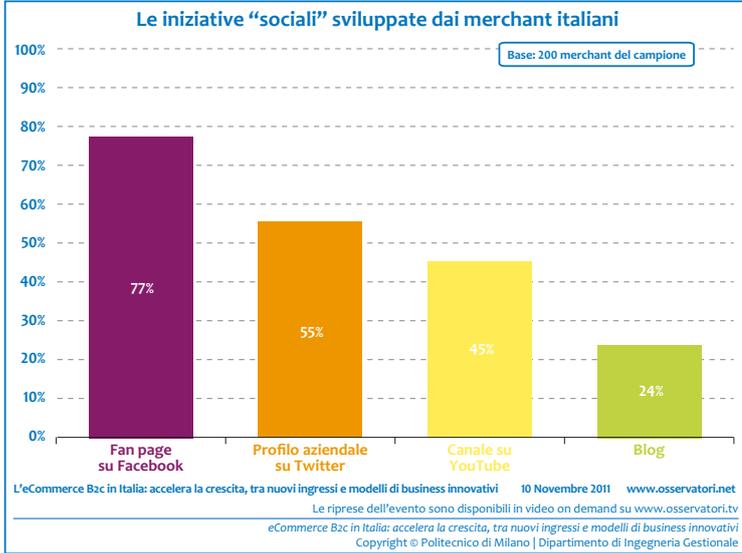
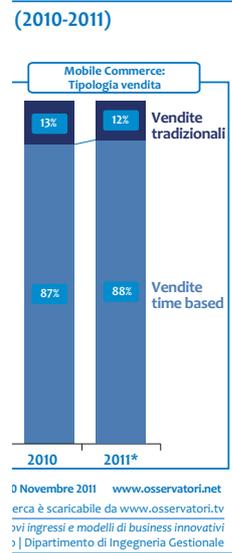
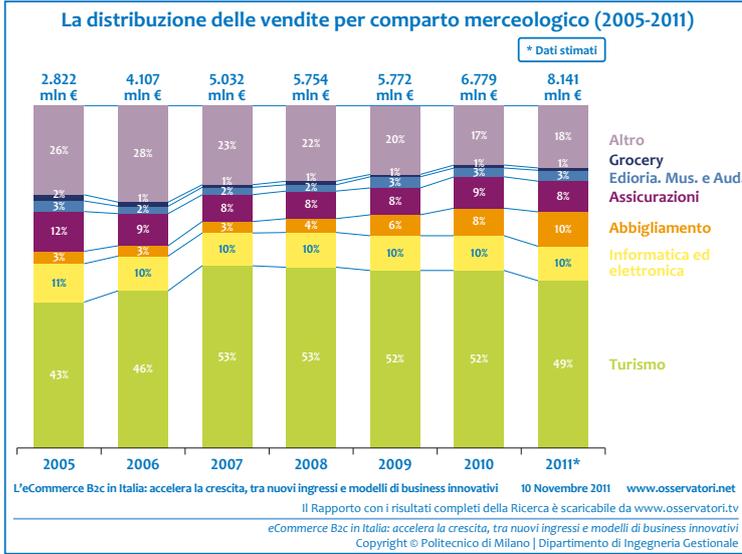
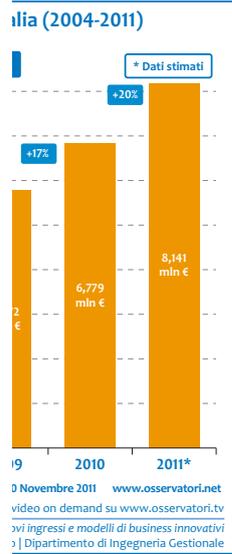
L'eCommerce B2c in Italia: accelera la crescita, tra nuovi ingressi e modelli di business innovativi
Le riprese dell'evento sono disponibili in
eCommerce B2c in Italia: accelera la crescita, tra nuovi ingressi e modelli di business innovativi
Copyright © Politecnico di Milano

La fotografia del mobile Commerce in Italia



L'eCommerce B2c in Italia: accelera la crescita, tra nuovi ingressi e modelli di business innovativi
Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca
eCommerce B2c in Italia: accelera la crescita, tra nuovi ingressi e modelli di business innovativi
Copyright © Politecnico di Milano





Ma resta alta la concentrazione Con nuovi attori il mercato è più dinamico



Continua a diminuire in maniera progressiva la quota dei primi 20 operatori di e-Commerce, dal 75% nel 2007 al 70% nel 2011. Se si considerano però i primi 50 operatori la concentrazione del mercato è sostanzialmente invariata all'86%.

Si riduce ulteriormente dal 72% nel 2010 al 70% nel 2011 la quota delle prime 20 iniziative per fatturato, mentre rimane sostanzialmente invariata quella delle prime 50, a testimonianza di quanto l'eCommerce B2c sia un business in cui è tutt'altro che semplice eccellere. Le ragioni sono diverse: investimenti elevati, competenze specifiche - sia di canale che di settore/mercato -, presidio delle leve tecnologiche e di marketing. La concentrazione del mercato resta quindi alta, anche se l'ingresso di nuovi importanti attori (ad esempio Amazon, Groupalia, Groupon) e la crescita di alcuni operatori fuori dalla lista dei primi 20 lo scorso anno (come ad esempio BuyVip, Directline, ePrice, Euronics, Genialloyd, IBS.it, Libraccio, Marco Polo Shop, Mr.Price, Privalia, Saldiprivati.com) hanno dato al mercato più dinamicità.

16 merchant tra i top 20 vendono servizi e, per la precisione, 5 sono compagnie del trasporto aereo e ferroviario (Alitalia, Trenitalia, Meridiana, Volagratis e Windjet), 3 sono agenzie di viaggio online (eDreams, Expedia, lastminute.com), 1 è un portale di Hotel (Venere), 4 sono compagnie assicurative (Directline, Genertel, Genialloyd, Linear), 1 è un operatore telefonico (Vodafone), 1 operatore del ticketing per eventi (TicketOne), 1 un operatore del couponing (Groupon). Sono quattro i merchant che vendono prodotti: a eBay.it, yoox.com ed Esselunga, presenti anche lo scorso anno nella lista dei primi 20, si aggiunge Amazon.

I web shopper italiani acquistano per il 40% a valore da siti di eCommerce italiani, per il 14% da siti di filiali italiane di multinazionali, per il 19% da multinazionali senza base societaria in Italia, ma comunque con un team dedicato al nostro mercato e, infine, per il 27% da siti di imprese straniere "globali". In sintesi, il 73%

del mercato è appannaggio di operatori che presidiano in maniera diretta il mercato nazionale.

I siti di eCommerce italiani crescono del 9% rispetto al 2010 e raggiungono quota 3,7 miliardi di euro. Alle ottime performance di alcuni merchant come Alitalia, ePrice, Esselunga, Euronics, IBS.it, laFeltrinelli, Marco Polo Shop, Mr.Price, Trenitalia e yoox. com fanno da contraltare le crescite molto al di sotto della media di una pletera ampia di player meno significativi. Cresce invece di oltre il 50% rispetto al 2010, passando dagli 870 milioni di euro agli oltre 1.300 del 2011, il valore dell'acquisto dei web shopper italiani dalle imprese multinazionali con una base societaria in Italia, grazie al boom dei siti di couponing, alle crescite anche in tripla cifra dei club online (ad esempio BuyVip, Privalia, Saldiprivati.com) e alle performance sopra la media di alcuni operatori nelle assicurazioni (ad esempio Conte, Directline, Genialloyd, Quixa) e nell'informatica ed elettronica di consumo (ad esempio Darty, Media World). Crescono del 15%, in linea con l'aumento del mercato nel suo complesso, le vendite dei siti di multinazionali con team dedicato all'Italia ma senza base societaria nel nostro Paese - tra cui Amazon, eBay ed Expedia - superando così quota 1,7 miliardi di euro. Vista la presenza di una management completamente dedicato al mercato italiano e, in alcuni casi, una base societaria nel nostro Paese, si possono considerare, volendo essere un po' di "larghe vedute", tutti questi merchant come dei player "italiani". La crescita media fatta registrare dalle imprese "italiane" sul mercato nazionale è pari nel 2011 al 17%.

Le vendite degli operatori stranieri in Italia (l'import) crescono nel 2011 a un ritmo inferiore (+12%). In questo ambito, al di là delle buone performance della biglietteria aerea low cost, settore attrattivo per il consumatore e costituito da pochissimi operatori molto noti (Easyjet e Ryanair), non si registrano prestazioni di rilievo di altri merchant.

f.t.



ROBERTO LISCIA



ALESSANDRO PEREGO

Roberto Liscia - Presidente Netcomm "L'eCommerce è un'esigenza"

"Oggi più che mai, in un contesto di crisi globale che investe anche il nostro Paese, l'eCommerce non è più un'opportunità, ma diventa un'esigenza inderogabile per le imprese italiane che vogliono seriamente competere sui mercati internazionali - dichiara Roberto Liscia, presidente di Netcomm-Consortorio del Commercio Elettronico Italiano - La creatività, il genio e l'unicità italiana possono trovare in questo canale un alleato irrinunciabile e le imprese se ne stanno accorgendo. Dal monitoraggio mensile dell'indice di soddisfazione dell'eCommerce italiano che conduciamo con Human Highway risulta che ad ottobre i compratori online sono stati 9,2 milioni e che circa l'87% di questi ha dato valutazione superiore a 7, in una scala da 1 a 10, a questo canale che si conferma quello con il maggiore indice di soddisfazione rispetto a tutti gli altri".

Due gli elementi alla base dell'aumento delle vendite eCommerce B2c nel nostro Paese. Il primo consiste nei progressi "strutturali" del canale e degli operatori già presenti, il secondo è riconducibile a nuovi fenomeni.

"Di questi i più significativi sono il boom dei siti che vendono coupon, Groupon in primis ma anche Glamoo, Groupalia, LetsBonus, Jumpin, Poinx, Prezzo Felice e l'ingresso di nuovi player, Amazon su tutti, ma anche altri della grande distribuzione - commenta Alessandro Perego, responsabile scientifico Osservatorio B2c Netcomm-Politecnico di Milano - I nuovi fenomeni sono decisivi nell'accelerazione della crescita dell'eCommerce, sia per il valore assoluto con cui contribuiscono all'aumento del transato (400 milioni di euro circa, pari a quasi un terzo della crescita complessiva) sia per la capacità di portare online nuovi compratori".

f.t.

NUOVA PUNTO BLUE&ME®. TECNOLOGIA IN CRESCENDO.



- ESP CON HILL HOLDER
- CLIMATIZZATORE
- RADIO CD MP3
- BLUETOOTH CON COMANDI VOCALI E USB
- START&STOP
- CERCHI IN LEGA

PUNTO BLUE&ME. TUTTO DI SERIE A 9.900 EURO.

E CON IL FINANZIAMENTO FACILE FIAT MASSIMA ACCESSIBILITÀ CON L'ANTICIPO ZERO, E LA FLESSIBILITÀ DI SCEGLIERE L'IMPORTO DELLA RATA E DI POSTICIPARNE UNA ALL'ANNO.

Punto Blue&Me 1.2 8V. Sp. prezzo prima di 9.900 € iva esclusa. Offerta valida fino al 30/11/2011 con il contributo dei Concessionari Fiat. Consultare il sito www.fiat.it o il numero verde 800 000000. Assicurazione RCA, 1000 km/anno. Finanziamento Fiat. Fiat è un marchio di www.fiat.com. © Concessionari autorizzati Fiat Concessionaria. Tutti i prezzi sono in €.



WWW.FIATPUNTO.IT

È UNIVENDITRICE DELLE CONCESSIONARIE

AQUILANO
Foggia

MAFFEI
Alessandria

AUTOCLUB
Bari

MILLENNIA
Bari

AUTOSAT
Lecce

NUOVA AUTO3
Frosinone

EFFEAUTO
Taranto

SIAI
Taranto

EUROCAR
Brescia

SIDAM
Trento



Azioni

a cura di Innovia advisors

Sono operativi dal 2 novembre 2011 i nuovi incentivi del Governo per la brevettazione e la valorizzazione economica dei brevetti.

Il Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) – Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione, Ufficio Italiano Brevetti e Marchi – ha promosso un articolato programma di azioni e strumenti a supporto dello sviluppo e della competitività del sistema imprenditoriale – PACCHETTO INNOVAZIONE – in linea con le traiettorie di sviluppo tracciate dall'Unione Europea, indicate nella Comunicazione Europa 2020 "Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva". La misura, denominata **Brevetti+**, è gestita da Invitalia.

Obiettivo della misura è quello di incrementare il numero delle domande di brevetto, tutelare la proprietà industriale, favorire la valorizzazione economica dei brevetti delle micro, piccole e medie imprese, favorendo lo sviluppo di una strategia brevettuale e l'accrescimento della loro capacità competitiva.

Beneficiari dell'iniziativa sono le Micro, piccole e medie imprese (anche di nuova costituzione) con sede legale ed operativa in Italia che intendono perseguire una strategia di sviluppo attraverso la valorizzazione dei propri titoli di proprietà.

Il Programma "Brevetti+" si articola in due linee di intervento:

"Premi" per la brevettazione: ha come finalità l'incremento del numero di domande di brevetto nazionale e l'estensione di brevetti nazionali all'estero.

La linea di intervento si rivolge alle imprese che abbiano avviato, a far data dal 01 gennaio 2011, almeno un procedimento e che abbiano conseguito i risultati previsti per le relative fasi di procedimento brevettuale successivamente al 3 agosto 2011 ed entro la data di presentazione della domanda di:

- deposito di una o più domande di brevetto nazionale all'UIBM: è previsto un premio di €1500;
- estensione di una o più domande di

Il programma promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico Brevetti e valorizzazione già operativi gli incentivi



brevetto nazionale all'EPO (European Patent Office): è previsto un premio di €3000;

- estensione di una o più domande di brevetto nazionale al WIPO (World Intellectual Property Organization): è previsto un premio di €4000;

Estensione della domanda a Paesi aderenti al PCT (bonus addizionale): da 3 a 5 paesi è previsto un premio di €3000, oltre i 5 paesi è previsto un

premio di €6000;

Estensione della domanda (bonus addizionale per ciascun paese): in Cina e India è previsto un premio di €1500, in USA, Brasile e Russia è previsto un premio di €1000.

Ogni impresa può cumulare al max 30mila euro di premi unitari per un max di 5 domande per tipologia di premio.

Incentivi per la valorizzazione economica dei brevetti: ha come finalità la

valorizzazione economica dei brevetti, per potenziare la capacità competitiva delle micro, piccole e medie imprese attraverso l'acquisto di servizi specializzati finalizzati alla valorizzazione economica di un brevetto in termini di redditività, produttività e sviluppo di mercato.

Per imprese titolari di uno o più brevetti che abbiano depositato una o più domande nazionali o internazionali e siano in possesso di una

opzione o di un accordo preliminare di acquisto o di acquisizione in licenza di uno o più brevetti, con un soggetto anche estero che ne detiene la titolarità.

Il contributo è finalizzato all'acquisto di servizi specializzati, funzionali all'implementazione del brevetto all'interno del ciclo produttivo con diretta ricaduta sulla competitività del sistema economico nazionale, o alla sua valorizzazione sul mercato. Sono ammissibili i servizi:

- di industrializzazione e ingegnerizzazione (es. servizi finalizzati ai test di produzione, alla certificazione di prodotti e processi);
- di organizzazione e sviluppo (es. servizi di IT governante, studi e analisi per il lancio di nuovi prodotti)
- di trasferimento tecnologico (es. proof of concept, due diligence tecnologica, ecc)

Per la linea interventi "incentivi" è prevista la concessione di un'agevolazione in conto capitale nell'ambito del *de minimis* del valore massimo di € 70.000. Tale agevolazione non può essere superiore all'80% dei costi ammissibili. L'agevolazione non è cumulabile con altri incentivi pubblici concessi a titolo di aiuti di stato aventi ad oggetto le stesse spese.

Si possono presentare domanda di accesso ad entrambe le sottomisure se in possesso dei requisiti richiesti, entro i limiti *de minimis*.

Le **domande** dovranno essere inviate, a partire dal **2 novembre 2011**, attraverso il sistema "a sportello" e la richiesta di accesso alle agevolazioni avviene, tramite la compilazione di un form (per i premi) o di un progetto (per gli incentivi) on line sul portale di Invitalia, al termine della quale viene rilasciato un protocollo elettronico. La stampa deve essere inviata entro 15 giorni per i premi, 30 per gli incentivi, dall'assegnazione del protocollo elettronico a mezzo di raccomandata postale con avviso di ricevimento a Invitalia, Via Pietro Boccaneli, 30 - 00138 Roma Ufficio Brevetti+ o tramite PEC all'indirizzo brevettiplus@pec.invitalia.it.

**SE DITE
stampa
dite
SEDIT**

SEDIT

70026 Modugno (Bari)

Se dite stampa dite Sedit. Punto di riferimento per la stampa anche di quotidiani nel Sud Italia, partner privilegiato di case editrici e aziende. Tecnologie, conoscenza e organizzazione: la risposta alle nuove sfide della comunicazione e della stampa.

www.sedit.biz

SEDIT
SERVIZI EDITORIALI

dì Vito RAIMONDO
diciamolatutta

Al senatur un tempo piaceva più il Professore del Cavaliere La memoria corta di Bossi Nel 1995 preferiva... Monti

La memoria corta del Senatur
Nel '95: "Io preferisco Mario Monti"



UMBERTO BOSSI

Qualcuno alla Camera, durante il dibattito sull'incarico a Mario Monti e davanti all'alzata di scudi di Bossi & C. che vanno all'opposizione, ha ricordato che, nel 1995, il senatur la pensava diversamente sul Rettore della "Bocconi". Per dire no a Carlo Scognamiglio alla Presidenza del Consiglio (che poi andò a Dini) affermò: "Non mi fido di chi può essere condizionato da Berlusconi, il quale disprezza la democrazia. Io preferisco Mario Monti: parla chiaro e non deve rispondere a nessuno". Poi aggiunse che auspicava "un Governo con 4-5 ministri politici o un Governo di tecnici, alte personalità con, per esempio, Di Pietro alla Giustizia".

Senatur, d'accordo che la testa non le regge più di tanto, ma - diamine - non si può fare il salto della quaglia in un batter d'occhio. Che figura fa, ora, con le sue camice verdi?

Il vero dispiacere di Silvio a lasciare il Governo è il destino delle sue reti Tv

C'è un aspetto, in questi giorni, che preoccupa molto Silvio Berlusconi - al di là del suo allontanamento dal Governo - che lo spinge ad andare d'accordo con il Pd e con il Terzo Polo: è la paura che arrivi una legge sulla raccolta pubblicitaria - sul tipo della Gentiloni - che possa colpire Mediaset.



SILVIO BERLUSCONI

Sì, perché ora, "Canale 5", "Italia 1" e "Rete 4", in quel campo, fanno (e incassano) quello che vogliono. Intanto - monito! - il titolo della casa madre va sempre più giù.

Ecco il vero "dolore" del premier a lasciare Palazzo Chigi con gli annessi e i connessi. Ecco cosa c'è dietro la lacrimevole esibizione a in Tv a reti unificate.

Il premier vuole rinnovare l'Italia
Dimentica di averla governata a lungo



VERONICA LARIO

Silvio Berlusconi: "Ora, raddoppierò il mio impegno in Parlamento e nelle Istituzioni per rinnovare l'Italia". Dimentica di aver guidato il Paese per gran parte degli ultimi 18 anni.

Poverino! In Tv, a reti unificate, livido e teso sembrava un personaggio shakespeariano tipo Macbeth o Re Lear! Si faccia visitare da un diabetologo, come, ritengo stia auspicando l'ex

moglie Veronica che, al tempo della "rottura", gli aveva dato del malato!

Bari Calcio, Emiliano si appella agli imprenditori
Che sono alle prese con una crisi spaventosa



MICHELE EMILIANO

Credo abbiano ragione, qualche volta, i settentrionali a guardare noi meridionali con compatimento per certi nostri atteggiamenti demagogici o giù di lì.

Ci riferiamo all'uscita del Sindaco di Bari, Michele Emiliano, il quale, la scorsa settimana, per farsi bello (non vedo altra motivazione giustificabile) con i cittadini - sportivi - tifosi ha dichiarato: "La squadra biancorossa è un patrimonio della città (boom!) e di tutti (sicuro, proprio di tutti?) i baresi. Perciò, abbiamo il dovere di lottare per la sua sopravvivenza e per il suo rilancio. Adesso tocca a tutte le forze imprenditoriali del territorio farsi avanti per costruire un gruppo solido e plurale che dia futuro al calcio barese".

Mi cadono le braccia. Ne ho visti di questi film durante la mia lunga vita professionale...

Sindaco, ma dove vive lei? Le sembra che in un periodo di crisi globale e particolare (quella del Sud e della Puglia) ci si possa rivolgere ai pensieri imprenditori per invitarli ad immettere moneta in un salvadanaio... bucatò qual è una società di calcio?

Lei e la sua Amministrazione siete alle prese con il ferreo Patto di stabilità che lega mani e

pie di alle attività civiche. Ritene che le imprese del territorio che la riguarda abbiano il tempo, il modo e i quattrini da dedicare ad una attività che non dà utili e, oltretutto, dall'immagine sguaiata ancorché autoreferenzialmente miliardaria?

Penso che lei sia d'accordo con me, anche se non lo può dire!

Schittulli non ha capito la lezione
Lo impallineranno appena possibile!

Il prof. Francesco Schittulli, Presidente dimissionario della Provincia di Bari, dopo che gli abbiamo ricordato (la scorsa settimana) le nostre (vecchie) previsioni sui trabocchetti che avrebbe trovato sulla sua strada, non ci ha telefonato, come gli avevamo suggerito!

Sembra tentennante di fronte alla seguente dichiarazione di stampa prima Repubblica del consigliere del Pdl, Michele Roca: "Abbiamo incontrato il Presidente Schittulli. Ci sono state con il Presidente delle incomprensioni che abbiamo cercato di chiarire. Abbiamo ribadito la compattezza della maggioranza e la fiducia al Presidente".



FRANCESCO SCHITULLI

Sembra un comunicato partitico di 50 anni fa. Del resto, così si faceva negli anni '60-'70, soprattutto in casa Dc! E Schittulli ci sta riscando.

Ricordi: alla prima occasione sarà impallinato!

"Non vi offendo, perché io non vi ho insultato, ma vi ho descritto"

Indro Montanelli

la Gazzetta dell'Economia

Sistemi economici e sociali di Puglia e Basilicata



Si desidero sottoscrivere un abbonamento annuale a **La Gazzetta dell'Economia**

Tariffa per l'Italia € 48,00 (48 numeri)
Tariffa per l'Europa € 144,00 (48 numeri)

Nome _____ Cognome _____

Via _____ Cap _____

Città _____ Provincia _____

Recapito telefonico _____

Forme di pagamento:

- versamento su CCP n° 7638014 intestato a
P.Q.S. - Periodici e Quotidiani del Sud
Via delle Orchidee, 1 - 70026 Z.I. Modugno-Bari
- assegno non trasferibile

Codice Fiscale o Partita IVA _____
(se si richiede fattura)

Data _____ Firma _____

Inviare il coupon al fax **0805857428** o tramite posta indirizzandolo a **P.Q.S. - Periodici e Quotidiani del Sud** - Via delle Orchidee, 1 - 70026 Z.I. Modugno-Bari

segue dalla prima

Il Mezzogiorno e i giovani sono priorità

ciando da Mario Monti e dal suo governo che auspica prontamente in azione - si ponga mente all'art. 53 della nostra Costituzione: «Tutti sono tenuti a concorrere alle spese pubbliche in ragione della loro capacità contributiva. Il sistema tributario è informato a criteri di progressività». L'aumento dell'Iva ha implicato l'esatto contrario della progressività, cioè regressività. Staremo a vedere quali saranno le scelte di Monti e quali saranno i condizionamenti che Monti riceverà dai partiti ai quali dovrà chiedere il voto

di fiducia. La scelta ed i condizionamenti riguarderanno lui. Gli effetti della scelta toccheranno noi. Quando sapremo quale sarà la leva fiscale che verrà mossa (patrimoniale, tassazione delle rendite finanziarie, altro) sapremo se si sarà scelta una strada conforme al dettato costituzionale ovvero se, sotto la spinta e la scusante della contingenza, sarà stata scelta un'altra strada. Sia detto per inciso: questo vale anche per l'ordine con il quale si procederà nel provvedere alle riforme istituzionali.

Giusto per fare degli esempi e senza avere la pretesa né di indicare priorità né di esaurire il campo delle riforme possibili ricordo che liberalizzare il commercio dei farmaci, abolire l'ordine dei notai e rendere maggiormente flessibile il mercato del lavoro, sono riforme forse necessarie e sicuramente richiesteci dalla comunità internazionale.

L'ordine con il quale le riforme saranno realizzate non è però necessariamente predeterminedato e sarà frutto di precise scelte politiche. Esiste

il rischio che anche questa volta si inizi dai più deboli e che poi, una volta risanata la situazione, nasca la tentazione di accontentarsi delle cose già fatte e non si vada più oltre. L'ordine con il quale il Governo procederà non sarà né irrilevante né neutrale. I giovani ed il Mezzogiorno non possono continuare a rimanere i soggetti sacrificati.

GIOVANNI ANCONA
Professore di politica economica -
Facoltà di Scienze Politiche Bari



PUGLIA

“Le politiche sociali del territorio”: formazione e aggiornamento

“La formazione e l'aggiornamento dei quadri dirigenti per un sindacato che deve affrontare i problemi sempre più difficili della società di oggi è un percorso insostituibile di investimento per la vita sindacale moderna.”: lo ha sottolineato, Franco Filieri, segretario generale della Federazione Territoriale dei Pensionati della Cisl di Bari, concludendo il corso di formazione sul tema “Le politiche sociali sul territorio”, svoltosi all'Hotel Barion di Torre a Mare e promosso dalla stessa organizzazione sindacale di categoria. Due giorni di studio e confronto, coordinati dalla responsabile della formazione della FNP-CISL barese, Elena De Matteis, che hanno visto, unitamente ad una larga partecipazione di corsisti, la presenza di numerosi relatori, con riguardo anche ai problemi del welfare italiano e pugliese. A chiusura del corso, un quadro delle priorità, per dare una svolta, in Puglia, ai problemi sociali, partendo dalla istituzione e attuazione concreta degli Osservatori dei Bisogni previsti nei singoli Piani di Zona, per giungere all'ampliamento dell'Assistenza Domiciliare Integrativa; all'utilizzo, nei Piani di Zona, delle risorse non spese nel precedente triennio e al potenziamento delle strutture di accoglienza.

Lucky Strike Talented Designer Award per laureati e laureandi nel design

Torna il Lucky Strike Talented Designer Award, giunto alla 7ª edizione, famoso contest di design ideato e organizzato dalla Raymond Loewy Foundation Italy per stimolare e supportare la creatività degli studenti che stanno muovendo i primi passi nel settore. L'unico ad assegnare un premio in denaro pari a 20mila euro al vincitore, e altri 10mila complessivi al secondo ed al terzo, per aiutarne l'avviamento alla carriera. Il concorso è rivolto a tutti gli studenti che abbiano concluso o siano in procinto di chiudere un corso di laurea o di post diploma in tutti i rami del design: industrial design, product design, grafica, moda, multimedia, comunicazione, ricerca.

Per l'edizione 2011, saranno prese in esame le tesi discusse tra il 1 ottobre 2010 e il 1 ottobre 2011: le domande di partecipazione, che potranno essere presentate da singoli candidati o da gruppi di studenti, dovranno essere inviate alla segreteria del concorso, entro e non oltre il 6 gennaio 2012. Negli ultimi anni, il Lucky Strike Talented Designer Award ha toccato 45 città, 40 atenei e istituti di design, coinvolgendo oltre 700 studenti.

United Nations Academic: la Regione a New York

La Puglia Center of America, organizzazione che promuove la Regione Puglia negli USA e che è diventata membro ufficiale dell'U-

nited Nations Academic Impact dallo scorso Marzo 2011, ha tenuto un concerto per celebrarne il 1° anniversario a New York. Tale evento è stato l'unico riconosciuto a livello mondiale per rappresentare tale iniziativa. “L' United Nations Academic Impact è un'iniziativa mondiale che serve per allineare le istituzioni di alta educazione, borse di studio e ricerca, con le Nazioni Unite e tra di loro.

“Emittenti locali e differenze di genere”: progetto per eccellenze femminili

E' stato promosso dalla Commissione Pari Opportunità Regione Puglia in collaborazione con CO.RE.COM. Puglia, il progetto “Emittenti locali e differenze di genere”. L'iniziativa intende essere un concreto segnale accanto ai dati sempre più lusinghieri di eccellenze femminili in settori strategici dell'economia, della cultura, dell'istruzione, della ricerca.

Produzione di energia elettrica: un risparmio per reinvestire

Sono state inaugurate questa settimana, a Gioia del Colle, due nuove turbine per la produzione di energia elettrica. “L'impianto fa guadagnare ad Acquedotto pugliese, assieme ad altri tre già in esercizio, 2 milioni di euro all'anno, che vengono reinvestiti in opere di miglioramento della rete irrigua ed efficientamento del servizio, senza incidere sulla tariffa a carico dei cittadini”; questo il commento dell'assessore regionale alle Opere pubbliche e Protezione civile Fabio Amati.

La centrale idroelettrica, del tipo “mini hydro”, sfruttando il salto dell'acqua nelle condotte, produrrà energia pulita per circa 6 megawatt all'anno, pari ad un risparmio di 3 tonnellate annue di emissioni di CO2. “Per questo - ha detto Amati - è possibile sostenere che il rispetto dell'ambiente è un business. Attraverso un accorgimento tecnologico infatti, si trasformano le risorse della natura in energia elettrica, che a sua volta concede soddisfazioni in termini economici che permettono nuovi investimenti.

BASILICATA

Apt Basilicata e Piot: presentata Borsa del Turismo Lucano

E' stata presentata giovedì scorso, 17 novembre, la Borsa del Turismo Lucano, organizzata dall'Apt Basilicata in collaborazione con il Piot Matera e Collina, giunta alla sua IV edizione. L'incontro ha illustrato i principali obiettivi della BTL, l'intero programma che comprende il Workshop del giorno 26 novembre e le informazioni su buyers e sellers che vi parteciperanno. La BTL rientra anche nella programmazione di marketing dei PIOT Matera e Collina che vede come capofila pubblico il Comune di Matera e privato la Confapi di Matera.

Cciaa Potenza: itinerari federiciani in Germania

La Regione Basilicata e la Camera di Commercio di Potenza hanno partecipato, in veste di “special partner”, alle celebrazioni della Camera di Commercio Italiana per la Germania per i 100 anni di attività. L'evento si è tenuto a due momenti significativi: il 16 novembre, nella sede dell'Enit (Agenzia Nazionale del Turismo), si sono volti incontri B2B per promuovere gli “Itinerari federiciani di Basilicata”, pacchetti-offerta appositamente formulati dagli operatori lucani per presentare un territorio che, attraverso le sue bellezze restituisce al visitatore un benessere spirituale, in linea con la filosofia che anima il progetto Interregionale “Itinerari di Federico II di Svevia”, con quattro aziende lucane aderenti all'iniziativa: tre della provincia di Potenza (Valdeia, Consorzio Turistico Marate, Masserie del Falco) ed una di Matera, Kronos Viaggi. Il 17 novembre si è tenuto il congresso “L'Italia che innova e incanta”, con un intervento del presidente della Cciaa potentina Pasquale Lamorte nella sua veste di vicepresidente di Unioncamere Nazionale.

Adiconsum: al via la campagna “Prenditi cura del tuo denaro”

E' stata presentata questa settimana la campagna nazionale “Prenditi cura del tuo denaro” organizzata dall'Adiconsum, dalla Banca Popolare del Mezzogiorno e dal Consorzio Patti Chiari per promuovere l'educazione finanziaria sul territorio.

La campagna parte da Matera per spostarsi nei Comuni della provincia con una serie di seminari informativi gratuiti per parlare direttamente ai cittadini di bilancio familiare, mutui e conti correnti. L'obiettivo di questa iniziativa educativa è l'alfabetizzazione finanziaria della fascia adulta, con particolare attenzione per le realtà sociali economicamente e culturalmente svantaggiate.

Imperia: Camcom Matera al Forum sulla Dieta Mediterranea

Si celebra a Imperia, con un Forum sulla Dieta Mediterranea, a un anno dal riconoscimento dell'Unesco, l'alimentazione mediterranea inserita tra i beni immateriali da tutelare. All'appuntamento, in questi giorni in corso (17 - 19 novembre) partecipa anche la Camera di commercio di Matera, con il suo progetto di ricerca, che ha portato alla riscoperta di tecniche, piatti tipici, preparati da cuochi e buongustai che fanno parte di un dvd tematico e dell'Archivio della memoria, della gastronomia, cucina e gente della nostra terra”. Nel programma della manifestazione sono previsti gli interventi di esperti e rappresentanti del mondo agroalimentare italiani e stranieri, che contribuiranno a concretizzare le attività progettuali del Forum. Tra queste figurano la presentazione del progetto sul disciplinare d'uso della dieta mediterranea patrimonio Unesco e il lancio, a cura della Rete delle città dell'olio del Mediterraneo, della candidatura del Paesaggio olivicolo mediterraneo quale patrimonio dell'umanità.



Direttore responsabile: **Dionisio Ciccarese**

Direttore editoriale: **Vito Raimondo**

Redazione: Via delle Orchidee, 3 - 70026 - Z.I. Modugno-Bari - Tel. 0805857444 - Fax 0805857428 - redazione@gazeco.it

Responsabile trattamento dati personali: **Dionisio Ciccarese**

Società editrice:
Via delle Orchidee, 1
70026 - Z.I. Modugno-Bari -
Tel. 0805857439 - Fax 0805857427



© Copyright P.Q.S.

Registrazione Trib. Bari n. 1276 del 19/4/1996
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo settimanale può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali.

Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

Certificato ADS n. 6937 del 21/12/2010

Pubblicità: Area 4 S.r.l.,
Via delle Margherite n. 20/22
70026 Modugno (BA)
tel. 080.5857450 - fax 080.5857426
e-mail: segreteria@area4.biz

Unione Stampa Periodica Italiana

Impaginazione grafica e pre stampa: Fotolito38

Abbonamenti:
Tariffa per l'Italia € 48,00 -
Tariffa per l'Europa € 144,00 (48 numeri)
da versare sul ccp n. 7638014 intestato a:
P.Q.S. - Periodici e Quotidiani del Sud -
Via delle Orchidee, 1
70026 - Z.I. Modugno-Bari
Numero arretrato € 2,77



Territorio – Palagiano regno delle clementine

La Conca d'Oro sotto la rupe



La Puglia è seconda in Italia per la produzione di clementine. Si coltivano in particolare nelle contrade di Palagiano, detta appunto "Città delle clementine", in provincia di Taranto. Sono IGP (indicazione geografica protetta). Se ne raccolgono una media di 45mila tonnellate contro le 270mila della Calabria. Al terzo posto la Sicilia con 40mila tonnellate.

Terre quelle di Palagiano come una sorta di "Conca d'Oro" se non, come qualcuno l'ha addirittura definita, la "California d'Italia". Non solo clementine vi si coltivano, anche aranci, limoni, mandarini.

E dire che quelle zone erano sino agli anni Cinquanta acquiritri, finché affidate dalla Riforma Fondiaria a 500 famiglie assegnatarie d'altrettanti poderi, sono diventate giardini.

Un fine settimana da quelle parti è consigliato perché "è un paesaggio omerico della natura, incastonata lungo il corso del fiume Lato e la pineta dell'Appia, esso dà sfondi a ricchi racconti d'Odissea", concetto di Salvatore Quasimodo annotato dopo aver visitato nell'aprile del 1967 la "Conca d'oro" di Puglia.

Una gita a Palagiano per conoscere il tripudio di agrumi di aranci, limoni, clementini e di mandarini. Proprio quelli che tanto piacevano pure ai Beatles se cantavano in "Lucy in the sky with diamonds": picture yourself in a boat in a river / with tangerine trees and marmalade skies", immaginati in una barca su un fiume con alberi di mandarino e marmellata di cieli.

Palagiano è nel territorio della "Civiltà del vivere in rupe" dove sono i villaggi rupestri del Medioevo di Mottola, Massafra, Palagianello, Laterza. Da corollario fanno le marine, i fiumi Lato, Tara e Lenne, i boschi di pini d'Aleppo, le masserie fortificate. Del paesaggio sono protagoniste le lame o gravine ovvero ampi e profondi solchi carsici, vie fluviali naturali. Sono quelle di "Lama-

derchia", di "Vite", d'"Uva", di "Chiatona", di "Calzo" e di "Lenne".

Il comune di Palagiano fa parte adesso del Gruppo di azione locale GAL "I luoghi del Mito" e dal 2005 rientra tra i comuni del Parco delle Gravine Joniche.

Il fiume Lato nasce tra le Murge laertine e sfocia nel mar Jonio nella località chiamata: "Ventidue". Alla foce vi è la Torre Lato che serviva da avvistamento delle navi pirata.

Il fiume Lenne è più ricco di storia e di fascino naturalistico e fu nominato in un racconto di Tito Livio. Questo fiume si presenta con più flora, soprattutto quando attraversa la pineta dell'Appia. La foce è stata ripristinata e allargata, prima era incastonata fra i due moli, dove vi era una piccola spiaggia e il fiume, moli ormai distrutti dopo l'alluvione del 2003. All'inizio della spiaggia vi è un ponte costruito durante il Ventennio. Li Salvatore Quasimodo si fermò ad ammirare il paesaggio.

Nella zona marina di "Venti" nei pressi del fiume Lenne, c'è un signore dei boschi, il pino d'Aleppo più grande e antico d'Italia, secondo quanto accertato da un'indagine del Corpo Forestale: il tronco è di quattro metri di diametro, il fusto di venti e la chioma immensa e folta.

A chi piace l'archeologia rurale, la proposta dell'esplorazione del borgo, oggi in completo abbandono, con tanto di chiesa, ufficio postale, scuola elementare, spaccio, piazzetta, costruito negli anni '50 dalla Riforma Fondiaria.

Invece il tracciato della via Appia romana, i resti di una stazione di posta, la cisterna "Parete Pinto", sono la testimonianza dell'interesse militare e commerciale di Roma per l'antica Palagiano. Nel dialetto ricco di grecismi, si sente del periodo in cui la città fu della Civiltà della Magna Grecia. A Palagiano da visitare anche il castello baronale del 1760, il palazzo Romanazzi e chiese del 500 e 700.

Le origini della specialità Frutto ibrido quasi leggenda



Non sono univoche le notizie relative all'origine delle clementine, un ibrido tra arancio e mandarino. Per alcuni sono antichissime e avrebbero avuto culla in Cina o in Giappone e che le avrebbe introdotte in Algeria un tal Pierre Clément, sacerdote. Da qui il nome clementine.

Per altri sembra che i primi ibridi siano stati ottenuti in Algeria e che l'incrocio sarebbe stato fatto casualmente, intorno al 1940, da un altro sacerdote certo padre Clément Rodier del convento di Missergin nei pressi di Orano.

Dopo le prime ibridazioni agli inizi del secolo XX, fu presto evidente che si trattava di una nuova specie di *citrus*, dato che le caratteristiche rimanevano inalterate nel tempo e la riproduzione sistematica dell'agrume non dava alcun problema. Dopo decenni di coltivazione sperimentale i frutti conservavano le qualità dei primi ibridi, ed erano sempre più richiesti dal consumatore. Dal 1940 sono un degli agrumi stabilmente presenti sul mercato italiano e, negli ultimi decenni, i frutti più venduti dopo le arance.

Devozioni – Il 29 novembre mobilitazione per il patrono di Presicce Andrea il santo che "guida" la semina ma in Salento si festeggia con le triglie

“A Santandréa mméci ri n'facini ngi ni vuélini treja”: a Sant'Andrea bisogna triplicare la semina per avere un buon raccolto, recita un antico proverbio dei contadini salentini. Quelli di Presicce nelle Serre il che vuol dire nel cuore della provincia di Lecce, a Sant'Andrea del quale sono assai devoti, riservano il 29 novembre una grandiosa festa, la fiera con circa trecento bancarelle e una sagra tra le più singolari delle tante che si tengono in Puglia: quella delle triglie. Durante tutto il periodo della novena si vive in paese la Vigilia con il tamburreddhu: gruppi di musicanti girano per le strade del paese, prima dell'alba, suonando e cantando motivi popolari per ricordare alla gente l'avvicinarsi della festa. Il 29 i presiccesi, a sottolineare la volontà popolare di essere all'unisono partecipi della devozione per Sant'Andrea, preparano con rami e fascine la focaredha. Si tratta di un falò acceso a sera davanti alla statua



del Patrono e che deve ardere per tutta la notte. Questo per bruciare il negus (il male) imprigionato tra le fiamme. Il mattino seguente alcuni tra i più anziani di Presicce, mantengono viva la tradizione di arrostitre sulla brace pesce, carni, pane e bere un bicchiere di vino.

Per queste caratteristiche i festeggiamenti per Sant'Andrea sono molto attesi nel Salento tanto più che a novembre, mese dei defunti, le manifestazioni di religiosità popolare sono pochissime, rispetto al tripudio di

tutti gli altri mesi, eccezion fatta per San Trifone ad Adelfia per questo fine settimana non resta appunto che Presicce. (Informazioni: tel. 0833-726405).

L'atmosfera che si crea in questo giorno di festa è da non perdere è una festa partecipata con entusiasmo ed amicizia, con gioia e ospitalità che è tipica dei paesi del Salento di origine greca come appunto è Presicce, e c'è tanto coinvolgimento emotivo.

Andrea, originario di Betsaida, in Palestina, fratello di Simon Pietro fu discepolo di Cristo ed ebbe la fortuna di assistere al miracolo della moltiplicazione dei pani e dei pesci (di qui forse l'origine della sagra delle triglie a Presicce). Come predicatore del vangelo fu mandato nelle zone più selvagge della Russia, all'epoca detta Scizia, poi in Asia Minore e quindi in Grecia dove fu vescovo di Patrasso. Il 30 novembre del 60 fu prima torturato e poi crocifisso. Articolata la storia delle sue reliquie: prima furono portate

a Costantinopoli, poi ad Amalfi e chissà dove altro ancora. Al momento una parte del cranio che si trovava a Roma dal 1462 è stato rispedito nel 1964 a Patrasso per iniziativa di papa Paolo VI.

Non si conoscono bene i motivi che hanno portato gli abitanti di Presicce a scegliere Sant'Andrea come protettore che è il meno venerato in Puglia, nonostante sia un santo pescatore. Comunque il culto risalirebbe al XVIII secolo quando fu costruita la Chiesa parrocchiale a lui dedicata e dove si conserva una sua reliquia che pare proprio di Sant'Andrea. Il comitato dei festeggiamenti non si risparmia per organizzare tutto nel migliore dei modi dalla processione alle luminarie, dai fuochi (pirotecnici), alle bande che suonano apprezzati pezzi sinfonici, alla fiera e alla sagra della triglia. È questa un'occasione per gustare dell'ottimo pesce fritto e non solo triglie, pane e friselle e bere l'eccellente vino bianco del Salento.



fra Boschi, Sentierie Torrenti

Quattro passi sul binario

Per domenica 27 il Cat (Club amici del trekking) di Bari propone un itinerario davvero particolare. Percorre a piedi un tratto dieci chilometri della ferrovia, a scartamento ridotto, dismessa che andava da Potenza a Laurenzana passando da Pignola.

I binari sono in alcuni punti invasi da arbusti di rosa canina, ginestra, rovo, sambuco, piante officinali: la natura si è ripresa il suo dominio e s'è messa a viaggiare dove una volta erano i binari del trenino. È un percorso facile in un paesaggio

spennellato dai colori autunnali. Né mancheranno le suggestioni specie nel percorrere le gallerie o di quando ci si trova davanti a un casello ferroviario ormai ridotto a rudere. Tra il pietrame anche un forno di pietra nera di fuliggine anima di cotture di pane e di teglie per i pasti del custode e della sua famiglia a guardia della ferrovia di montagna.

Sembrerà di sentire l'ansare della locomotiva, le voci dei viaggiatori.

Info: 338.3097258

A Presicce si risale a un episodio del 1655

Il paese dei "mascarini"

Cli abitanti di Presicce sono chiamati "mascarini" (uomini che agiscono solo se irrisconoscibili), per porre l'accento alla loro ambiguità. Ciò scaturisce da un fatto di sangue realmente accaduto nel 1655, All'epoca era signore del paese Carlo Bartilotti, uomo spregievole sotto ogni punto di vista e odiato da tutti i sudditi. Quando decise di ripristinare il famigerato "jus prime noctis" (tutte le spose di Presicce avrebbero dovuto concedersi prima a lui che ai ri-

spettivi mariti), gli abitanti del paese, per vendicarsi, decisero di spaventarli, sparando colpi di fucile a salve. L'occasione propizia si presentò durante i tradizionali festeggiamenti del carnevale. Un gruppo di mascarati sparò contro il Bartilotti, uno di loro, però, mettendo in atto la più crudele delle vendette, aveva caricato il fucile con cartucce vere e il signor Carlo fu colpito a morte.

I conti della sanità – Gli specialisti lanciano l'allarme

Cure oncologiche una "rete" contro gli sprechi

Oncologie mediche a rischio default. I rimborsi coprono appena la metà dei costi reali. Chi pagherà l'altra metà: il malato? No. Bisognerà trovare il sistema di rendere compatibili – dicono, a nome degli oncologi medici italiani, riuniti in congresso a Bologna, i due presidenti (uscente e subentrante) dell'associazione nazionale oncologia medica (AIOM), prof. Carmelo Iacono e Marco Venturini – contrazione di fondi ed incremento delle spese per farmaci veramente innovativi (30% dei costi generali) e per assistenza qualificata ed utile.

Oggi, il pianeta cancro assorbe lo 0,5% del PIL ed ogni malato costa, in media, 15.000 euro.

In questa spesa ci sono, indubbiamente sprechi, duplicazione di accertamenti, viaggi della speranza ingiustificati, inappropriata (da ec-

cesso o difetto) di esami e terapie, duplicazione di strutture, carichi burocratici.

Inoltre, un milione e mezzo di italiani sopravvivono al cancro ma non ha superato i problemi di disabilità derivanti ed 85.000 hanno dovuto abbandonare definitivamente il lavoro. Dov'è – si chiede il prof. Francesco Di Lorenzo, presidente associazioni volontariato in oncologia – l'attenzione dovuta dal punto di vista previdenziale ed assistenziale per questi pazienti? Dove e come si esercitano i controlli (follow up) per la loro malattia?

CHEMIOTERAPICI A RISCHIO

Altro punto caldo è rappresentato dai farmaci: in Usa le case produttrici hanno smesso di produrre i chemioterapici tradizionali, che costano poco ma erroneamente mandati in pensione, per



dedicarsi a quelli "biologici" dal costo elevato e dal rendimento moltiplicato e sicuro. Nella corretta cura del malato servono ambedue e gli alti costi di questi ultimi ed i bassi dei primi devono concertarsi. Ma business is business.

Il rischio – avvertono gli oncologi medici italiani – è il "contagio" della tendenza al miglior profitto anche alle aziende italiane ed europee che, finora, hanno compiuto egregiamente il proprio "dovere".

Se dovessero essere contagiate, potrebbero intervenire, per supplire alla mancanza dei farmaci "poveri", le strutture farmaceutiche militari?

LA RETE

Gli oncologi medici propongono la costituzione di una rete effettiva che coordini ed inglobi tutte le strutture operative nel settore. L'80-90%

sono di livello elevato. Quasi ognuna, nel proprio interno, ha un settore di eccellenza. I casi più impegnativi vi devono convergere ed essere curati secondo regola. Le rete eviterà ripetizioni di accertamenti già eseguiti nei centri che inviano il paziente, consentirà un trattamento mirato e, in definitiva, risparmi.

Ma eccellenza – avverte il prof. Iacono – significa capacità di operatività a tutti i livelli (da prevenzione a diagnosi-cura a continuazione del controllo del paziente al suo domicilio, alla fase terminale). L'eccellenza è la prestazione, un'inappuntabile presa in carico totale.

"Il sistema attuale – concludono gli oncologi che preannunciano, per gennaio, una specie di Stati Generali di confronto anche con governo e politici – non può reggere".



Case farmaceutiche – Crisi e manovre penalizzano l'innovazione

Equilibrio risparmio-ricerca

Le industrie farmaceutiche – recita la manovra del luglio scorso – devono farsi carico, per un terzo, del deficit delle Regioni, relativo alla spesa farmaceutica ospedaliera, costituita in gran parte da medicinali salvavita e innovativi. Un provvedimento che – dice il dr. Maurizio de Cicco, amministratore delegato Roche – punisce l'innovazione e l'impegno in ricerca scientifica. Inoltre, nel tentativo di favorire il contenimento della spesa a breve termine, la norma de-responsabilizza parzialmente le Regioni e non incentiva i comportamenti amministrativi virtuosi".

D'altra parte il tetto per la spesa ospedaliera è fissato in 2 miliardi e mezzo di euro chiaramente sottostimato e del tutto inadeguato per un Paese con un'aspettativa di vita alta come in Italia. Tanto che la spesa effettiva si piazza a 4 e mezzo miliardi e da 6 anni è superata.

"Va ripensata questa logica, dai più ritenuta perversa, che chiede soldi a chi ha messo a disposizione farmaci, frutto di ricerca ed impegni finanziari di non poco conto. I farmaci assorbono 0,92% di tutta la spesa sanitaria" i farmaci oncologici innovativi pesano per meno dell'1% sulla spesa sanitaria totale e il tetto di spesa del 2,4% sul fondo sanitario, corrispondente a 2,5 miliardi di euro è inadeguato".

Il rischio è che l'industria si chieda perché debba investire e continuare ad essere presente in un mercato che non premia.

"In Italia la Roche, primo Paese in Europa, – aggiunge de Cicco – ha messo in piedi un meccanismo di rimborso del costo di un farmaco se, prescritto ed usato correttamente, non ha dato i risultati attesi. Ma lo Stato ne ha fuorviato la logica trasformando il sistema in vero strumento di controllo della spesa. La Germania, ad esempio, lo

sfrutta correttamente. In Italia si può fare ancora molto, valorizzando il tanto che ancora c'è di buono e collaborare in maniera corretta".

Sono 2,2 milioni gli italiani che, oggi, vivono con il cancro, una patologia sociale – dice Giuseppe De Rita – colpisce la salute e chiede risposte mediche ed assistenziali all'altezza. La diagnosi di tumore segna un'improvvisa trasformazione nella vita della persona.

Una ricerca – la prima in Italia – svolta dal Censis con sostegno Roche, ha raccolto il parere di pazienti e care giver i quali giudicano adeguata l'assistenza, bocciano la rete di servizi sociali e chiedono terapie più personalizzate e con minori effetti collaterali. Temono che tagli al budget compromettano accesso a farmaci innovativi e ad assistenza/previdenza adeguata.

"Il timore è concreto. Tra crisi economica e contesto italiano non favorevole – dice de Cicco – le misure di contenimento della spesa troppo spesso si concentrano sul settore del farmaco con manovre di breve periodo e non con riforme strutturali volte a garantire la stabilità del sistema. In Italia".

In questo scenario, si inseriscono burocrazia e ritardi che rischiano di creare disparità tra i pazienti italiani e quelli europei, e tra residenti in varie regioni. Il tempo medio che intercorre tra l'approvazione internazionale di un farmaco nuovo ed il lasciarsi passare in Italia è oggi di 12,7-15 mesi". I farmaci innovativi, dopo l'approvazione degli enti regolatori internazionali e dei nazionali, subiscono, in media, un ulteriore ritardo di 266 giorni, mentre il paziente italiano – a differenza di altri malati europei o delle regioni più osservate – attende, soffre e, spesso, muore.

La scheda – I costi collettivi di prevenzione e cura

"Cara" ipertensione

Ventidue milioni di italiani convivono con l'ipertensione arteriosa rimanendo esposti a significativi rischi cerebro-cardiovascolari (ictus, infarto del miocardio, scompenso cardiaco, demenza aterosclerotica, insufficienza renale, retinopatie, vasculopatie periferiche, ecc). Con un trattamento adeguato (regole di vita e di alimentazione, esercizio fisico, farmaci individualizzati) dell'ipertensione i rischi si ridurrebbero. Per esempio, gli infarti da 99mila casi l'anno scenderebbero a 4.000, gli ictus da 216.000 a 32.000, gli scompensi cardiaci da 183.000 a 28.000.

La terapia dell'ipertensione assorbe circa un quarto della nostra spesa farmaceutica (le complicazioni la moltiplicano per 5) ma i risultati, in termini di controllo antipertensivo, sono inferiori alle attese. A volte il farmaco indicato non è quello utilizzato, altre volte esso non è assunto oppure è automaticamente ridotto o "dimenticato" dal paziente. Ma, per oltre due milioni di ipertesi, queste "recriminazioni" non valgono poiché è il loro organismo che non risponde ai vari farmaci ed essi si identificano come soggetti non responder.

Per loro lo scudo farmacologico non funziona ma

la ricerca medica e la tecnologia non li hanno abbandonati ai rischi verso i quali erano rimasti scoperti.

Tra gli altri possibili rimedi, uno chirurgico, ma minimamente invasivo, che si inserisce nel meccanismo regolatorio della pressione arteriosa costituito, in particolare, da cervello, rene, sistema nervoso simpatico funzionalmente coordinati tra loro. L'intervento, già studiato in 24 centri di Europa, Australia, Nuova Zelanda, consiste nella introduzione, attraverso l'arteria femorale, di un minicaterete che, collegato con un dispositivo erogatore di energia a radiofrequenza e bassa potenza, va ad inattivare in modo selettivo i nervi renali (denervazione). In tal modo, esso mette il silenziatore ai nervi renali (e solo a questi) interessati nel meccanismo della pressione arteriosa che, di conseguenza, rimarrà ridotta e controllata in maniera permanente.

"L'intervento – dice il prof. Renato Albiero, cardiocirurgo dell'Eleonora Hospital" di Palermo (responsabile scientifico Antonio Micari) – ha la durata di 40-60 minuti su paziente vigile, leggermente sedato che non avverte dolore. Presto si potrebbe allargare l'indicazione anche per la cura di diabete, nefropatie croniche, scompenso cardiaco".

INDAGINE DEMOSKOPEA SUL RAPPORTO DONNA-GINECOLOGO

Nei primi sei mesi del 2011 la spesa farmaceutica convenzionata netta è calata mediamente del 6,4% rispetto al 2010. Tuttavia, nelle Regioni che più hanno ridotto la spesa farmaceutica, si è registrato un aumento del peso della compartecipazione dei cittadini che, in Italia, è aumentata del 35,6% nei primi sei mesi del 2011 rispetto al 2010. Lo calcola il rapporto Meridiano sanità, presentato al Forum a Cernobbio. In generale le regioni del Sud

hanno una spesa pro-capite superiore rispetto a quelle del Nord e nel 2010 la spesa farmaceutica complessiva (territoriale ed ospedaliera) ha superato i 18 miliardi di euro. Ma, mentre a livello nazionale la spesa territoriale ha rispettato il tetto programmato, fermandosi al 13,2% del finanziamento complessivo, la situazione è invece diversa per la spesa farmaceutica ospedaliera, dove il tetto del 2,4%, sia a livello nazionale, che regionale, non è stato rispettato.

I DATI DEL RAPPORTO MERIDIANO/SANITÀ

Gedeon Richter, è un'azienda ungherese diventata, in pochi anni, il centro ricerche farmacologiche più importante dell'Europa centro-orientale con oltre 10.000 dipendenti ed un fatturato (2010) di 980 milioni di euro di cui il 20% destinato alla Ricerca. Produce oltre 100 tipi di medicinali in più di 170 forme farmaceutiche. Con l'acquisto dell'industria svizzera Preglem e la tedesca Grunenthal, il gruppo ha potuto espandersi nei Paesi occidentali (una filiale in Italia) ed ha sviluppato, insieme a farmaci attivi sui disturbi del sistema nervoso centrale, del dolore cronico, ecc, prodotti specifici per i disturbi ginecologici che l'hanno resa leader nel settore.

Per questo, l'azienda ha commissionato a Demoskopea una ricerca sul rapporto che la donna ha con il proprio corpo e sul ruolo del ginecologo. È emerso che la prima volta del ciclo cerca imbarazzo, incertezza, che gli altri "appuntamenti" sono vissuti solo da 4 su 10 senza farci caso e per 45% riducono attività lavorativa, sportiva e di sesso. Le giovani sono più vicine – dice la prof. Rossella Nappi (dell'Università di Pavia) – agli anticoncezionali di ultima generazione ma si rivolgono poco al ginecologo con il quale il rapporto (a differenza delle più grandi di età) è ancora problematico.

La Gazzetta del Mezzogiorno è ovunque con te



Su carta e...

... su iPad e iPhone



**SCARICA
GRATIS**

su App Store



**Con pochi clic puoi leggerla sin dalla mattina
ovunque tu sia, in Italia o in giro per il mondo**
www.lagazzettadelmezzogiorno.it

uni

latesisulgiornale

In questa pagina, dedicata ai laureati di Puglia e Basilicata, pubblichiamo le migliori tesi su temi di economia, marketing e comunicazione che vengono discusse nelle Università di tutto il mondo allo scopo di far conoscere all'imprenditoria le energie più vivaci dei giovani che affrontano il delicato periodo post-universitario. Studenti e docenti che volessero segnalare tesi attinenti ai temi dell'economia, del marketing, della comunicazione, della gestione e della strategia d'impresa possono inviare il materiale direttamente all'indirizzo redazione@gazeco.it. Il materiale deve essere costituito da un articolo che vada da 7.000 a 8.100 battute (spazi bianchi compresi), una fotografia in buona risoluzione (300 dpi) e una breve scheda biografica (450 battute).



curriculum

Anna Maria Macchia, 26 anni, di Grumo Appula (Ba), già laureata in Lettere, ha da poco conseguito con lode la laurea magistrale in Beni Archivistici e Librari presso l'Università "Aldo Moro" di Bari, discutendo una tesi in Storia dell'industria editoriale dal titolo "Storia di un'industria editoriale: il caso Sedit". Ha intrapreso un'esperienza lavorativa presso un noto quotidiano.

Una interessante tesi di laurea della dottoressa Macchia sul nostro gruppo

Sedit e Gazzetta dell'Economia ecco cosa c'è dietro le "quinte"

La storica persistenza del divario tra Meridione e Centro-Nord Italia non deve far dimenticare il diffuso stock di capitale industriale localizzato nelle regioni del Sud.

La Puglia, soprattutto, è diventata, ormai da alcuni decenni, uno dei punti di forza del sistema industriale non solo delle regioni meridionali, ma dell'intero Paese e del più vasto bacino del Mediterraneo. Questa robusta base industriale, diffusa su tutto il territorio, ha finito con l'imporre a imprenditori, manager, tecnici, studiosi e a tutte le Istituzioni, l'elaborazione di progetti, programmi, iniziative, finalizzati al suo rilancio competitivo.

In particolare, l'industria della carta stampata, dei quotidiani e dell'editoria libraria è presente nel Sud Italia con testate, redazioni e stabilimenti tipografici di varie dimensioni.

L'indagine è stata rivolta, quindi, all'analisi di una realtà industriale vincente, quella del gruppo editoriale SEDIT e del suo primo prodotto editoriale, *La Gazzetta dell'Economia*.

Si è sottolineato come l'efficienza e la costante attenzione dell'azienda abbiano condotto ad un continuo interesse verso le tecnologie di costruzione e ad investire verso i più innovativi impianti di stampa.

Il lavoro di tesi, dunque, si è aperto con un excursus circa la storia dell'editoria, approfondimento necessario alla completa comprensione dello stato attuale del mondo editoriale, focalizzando l'attenzione sulle ragioni che determinarono la nascita dei nuovi "imprenditori" dell'editoria.

"La storia della cultura non si fa senza fare la storia dell'editoria": le parole del filosofo Eugenio Garin, animatore di diverse esperienze dell'editoria italiana, sottolineano perfettamente la centralità e i condizionamenti di questa materia nella cultura del nostro Paese.

È, infatti, nei decenni subito precedenti l'Unità d'Italia che il binomio tipografo-editore, ben rappresentato dal grande Aldo Manuzio, torna alla ribalta. Self-made man il nuovo editore è dotato di forte senso pratico e fiuto per gli affari. È la nascita dell'editore moderno.

La seconda parte dell'elaborato ha riguardato, invece, la descrizione della storia urbanistica dello stabilimento SEDIT e delle tecniche di costruzione adoperate, con relativa planimetria; degli standard qualitativi; del numero dei dipendenti e qualifiche dei lavoratori; del ciclo produttivo e delle tipologie di stampa e di impianti, con particolare riguardo alla stampa digitale e al recente fenomeno del *print-on-demand*.

La SEDIT Srl nasce nel 1987 per opera di Giacomo Gorjux, discendente di una prestigiosa famiglia di giornalisti, con la mission di diventare un polo industriale specializzato nella stampa di quotidiani nel Sud Italia.

Forse di una capacità gestionale e produttiva notevole, SEDIT si rivolge al mercato grafico-editoriale, offrendo una gamma globale di servizi, la più alta qualità possibile e l'efficienza dell'industria dei quotidiani.

Situata nell'area industriale di Bari, l'azienda stampa, per il gruppo RCS Editori, *Corriere della Sera* e *Gazzetta dello Sport*, oltre che ad altre testate quotidiane e periodici assimilabili e, dal 2000, anche il *Corriere del Mezzogiorno* - Edizione Puglia; il *Corriere del Mezzogiorno* - Edizione Puglia e Campania; i free press City Bari, City



Dati sul corso di Laurea

Tesi in Storia dell'Industria editoriale contemporanea. Corso di laurea magistrale in Beni Archivistici e librari, presso la Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".

Relatore: Prof. Federico Pirro (nella foto), docente di Storia dell'industria e Storia dell'industria editoriale contemporanea presso l'Università di Bari.



Napoli e Leggo Bari.

SEDIT realizza, inoltre, un'attività editoriale in proprio oltre che con il settimanale *La Gazzetta dell'Economia*, con i quotidiani *EPolis Bari* e *Primapagina*, per la provincia di Barletta - Andria - Trani.

SEDIT compie i suoi primi passi nel mondo della stampa editoriale su una rotativa Solna D28, stampando proprio le testate del Gruppo RCS *Corriere della Sera* e *Gazzetta dello Sport*.

L'efficienza e l'affidabilità che ne connotano subito l'attività sfociano in un primo e significativo ampliamento dello stabilimento.

Nel 1992 vengono realizzate strutture per ospitare nuovi macchinari, raddoppiate le linee di spedizione ed ampliata l'area per il deposito di carta.

Nel 2001 si costruisce un terzo lotto per ospitare la Cromoman 50, che aumenta sensibilmente le qualità e potenzialità di stampa e colore.

Arriva, inoltre, un nuovo impianto di spedizioni

per la Ferag, che consente l'applicazione di MemoStick pubblicitari sulle prime pagine dei quotidiani del Gruppo RCS.

Nel 2005 entra in produzione una nuova rotativa KBA Commander per la stampa di giornali full color fino a 96 pagine. In quegli stessi anni nasce la Divisione Officine Digitali con una Kodak Nexpress 2100 in grado di stampare su qualsiasi tipo di carta e su materiali speciali.

Nel 2006 iniziano gli investimenti per tutta la stampa in piano e la linea di allestimento per la produzione di libri, integrando le macchine di grande formato con una serie di tecnologie digitali.

Tutto questo avviene espandendo l'originario stabilimento con l'acquisizione di un contiguo officio industriale e di un impianto già operativo nel settore della stampa.

Nel corso degli anni, quindi, con l'ampliarsi della gamma di prodotti, l'azienda ha integrato e dif-

ferenziato la produzione con diverse tecnologie, dalle nuove rotative, alle macchine per la stampa digitale, a quelle per la stampa offset plana.

L'attività editoriale resta, comunque, la principale vocazione della SEDIT.

SEDIT ha concretizzato questa vocazione ed implementato la produzione di libri, stampando anche quelli editi Laterza, dando vita ad una realtà industriale che le consente di soddisfare le esigenze produttive e qualitative di tutti i settori dell'editoria.

Inoltre, la necessità di garantire agli editori un prodotto non solo di grande qualità nella stampa, ma anche rifinito e pronto per la distribuzione, ha indotto l'azienda a dotarsi di quelle tecnologie che le consentono di realizzare ogni possibile allestimento.

Si è data, poi, importanza alla formazione continua del personale, con l'obiettivo di anticipare le richieste del mercato, con uno staff che rappresenta la componente dinamica ed il valore aggiunto dell'azienda.

Una sezione specifica dell'elaborato è stata completamente dedicata al primo esperimento editoriale SEDIT, ovvero, alla nascita e diffusione della *Gazzetta dell'Economia* e al complesso settore del giornalismo economico.

Il periodico economico nasce nel 1995 con la volontà di promuovere non solo fatti di natura economica in Puglia e Basilicata, ma anche imprese, talenti ed esperienze di marketing territoriale, ponendosi come punto di riferimento per tutti quegli operatori attenti alle politiche economiche: gli imprenditori, le Pubbliche Amministrazioni, le Università.

Il giornale tratta in modo chiaro e completo i temi di maggiore attualità: marketing e media, lavoro, stili di vita, agroalimentare, turismo, ambiente, sanità, nuove tecnologie.

Il giornalismo economico assume, come in questo caso, il ruolo sociale dell'informatore, non solo per i tecnici del settore, ma anche per il lettore medio.

È innegabile, poi, che il modo in cui oggi si fa informazione sia mutato.

Le nuove tecnologie, i nuovi modelli psicologici alla base della comunicazione hanno cambiato il mondo sociale che ci circonda. Uno dei campi in cui questo si dimostra più vero è sicuramente quello che riguarda l'economia: non solo perché oggi questa disciplina regola i meccanismi mondiali, ma anche perché è venuta a convergere con le nuove tecnologie multimediali, che l'hanno trasformata in "economia digitale".

L'ottica nella quale vuole muoversi il giornale è, dunque, quella di unire due elementi: l'informazione e lo strumento di servizio. L'informazione sul fronte non solo strettamente economico, ma anche su quello più ampio delle trasformazioni sociali, dei temi che riguardano la vita quotidiana delle famiglie e la gestione delle imprese con argomenti non solo fiscali e normativi, ma anche finanziari e manageriali.

L'esempio di SEDIT è, quindi, testimonianza autentica di come anche nelle regioni meridionali vi siano imprenditori capaci di investire in tecnologia, risorse umane e progettualità al fine di affermarsi come player ad alto livello.

Agenzia delle Entrate – Il requisito della “mutualità prevalente”

Coop e agevolazioni il Fisco fa chiarezza

L'agenzia delle Entrate con recentissima risoluzione ha fornito chiarimenti in merito alla sussistenza del requisito di mutualità prevalente in capo alle società cooperative disciplinate dagli artt. 2512 e 2513 del codice civile. Con particolare riferimento alle società cooperative di produzione e lavoro, l'A.E. chiarisce che qualora queste si avvalgano dell'opera di terzi, tramite contratti di appalto, per lo svolgimento dell'attività sociale, i costi relativi alle prestazioni eseguite da dipendenti o collaboratori dell'impresa appaltatrice vanno computati soltanto ai fini del calcolo del rapporto previsto dall'art.11 del D.P.R. n. 601/1973 e non vanno considerati ai fini della determinazione del requisito della mutualità prevalente di cui agli artt. 2512 e 2513 c.c.

Profili civilistici e fiscali

Il primo comma dell'art. 2513 c.c., alla lettera b), stabilisce che gli amministratori e i sindaci devono evidenziare contabilmente che “il costo del lavoro dei soci è superiore al cinquanta per cento del totale del costo del lavoro di cui all'art. 2425, primo comma, punto B9 compute le altre forme di lavoro inerenti lo scopo mutualistico”. Il Fi-

isco ritiene che l'inciso “compute le altre forme di lavoro inerenti lo scopo mutualistico” aggiunto dall'articolo 25 del D.Lgs. n. 310/2004, intenda comprendere solo le tipologie di prestazioni di lavoro contemplate dalla vigente disciplina giuslavoristica.

Pertanto, nel costo del lavoro devono essere compute le altre forme di lavoro, stabilite con contratti “atipici” diversi dal contratto di lavoro subordinato, come quelle di lavoro autonomo o di collaborazione, a condizione che abbiano un collegamento con l'attuazione del rapporto mutualistico.

Conseguentemente, per individuare il requisito della prevalenza, amministratori e sindaci dovranno considerare sia il costo delle prestazioni lavorative dei soci espresso al punto B9 del conto economico come previsto dall'art. 2425 c.c., sia quello relativo alle altre forme di lavoro dei soci riportato nella voce B7 dello stesso articolo.

Nel caso invece di contratti di appalto, il corrispettivo pagato per le opere eseguite da terze imprese non rileva nel computo della mutualità prevalente ai sensi degli artt. 2512 e 2513 c.c..

L'appalto, infatti, è un contratto, con il quale una parte assume l'obbligh-

go, attraverso la propria organizzazione e i mezzi necessari e con gestione a proprio rischio, del compimento di un'opera o di un servizio, dietro il pagamento di un corrispettivo in denaro. Lo schema dell'appalto di servizi, il cui contenuto si sostanzia in una prestazione di fare diretta alla produzione di una utilità, è piuttosto duttile e include diverse operazioni economiche. Il pagamento del corrispettivo da parte del committente avviene per l'esecuzione del servizio reso dall'appaltatore; gli oneri sociali e il costo del lavoro relativo alla gestione dell'impresa e dei suoi dipendenti ricadono interamente sull'appaltatore, salvo le prescrizioni dettate in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro a cui sono tenuti tanto gli appaltatori quanto i committenti. Tuttavia il committente/appaltante non diviene parte di un rapporto di lavoro con i dipendenti dell'impresa appaltatrice, e i costi sostenuti dal committente, che nel caso de quo è una società cooperativa, sono costi per il pagamento di un servizio e non costi di lavoro come definiti dal codice civile, e in quanto tali non devono essere computati nella voce B9 nell'ambito dei costi del lavoro.

Il riconoscimento della prevalenza



consente di fruire delle maggiori agevolazioni fiscali specificatamente riservate alle cooperative a mutualità prevalente, tra le quali l'esclusione dal reddito imponibile di parte dell'utile netto annuo destinato a riserva indivisibile. In particolare, l'articolo 1, comma 460, lettera b), della L. n. 311/2004 prevede una esclusione dal reddito imponibile per la quota pari al 60 per cento degli utili netti annuali destinati a riserve indivisibili.

Secondo quanto disposto dall'art. 11 del D.P.R. n. 601/1973, la cui portata applicativa è stata limitata dalla predetta legge n. 311 del 2004, le cooperative di produzione e lavoro possono fruire di una esenzione IRES pari alla quota IRAP computata a conto economico “se l'ammontare delle retribuzioni effettivamente corrisposte ai soci che prestano la loro opera con carattere di continuità (...) non è inferiore al cinquanta per cento dell'ammontare complessivo di tutti gli altri costi tranne quelli relativi alla mater-

prime e sussidiarie.” Nell'ipotesi in cui “l'ammontare delle retribuzioni è inferiore al cinquanta per cento ma non al venticinque per cento dell'ammontare complessivo degli altri costi”, l'esenzione dal reddito imponibile IRES sarà pari al 50 per cento dell'IRAP iscritta a conto economico.

La norma tributaria, diversamente da quella civilistica, pone in rapporto il costo del lavoro dei soci con il totale dei costi sostenuti dalla cooperativa, escludendo solo i costi inerenti le materie prime e sussidiarie.

In conclusione, per una società cooperativa di produzione e lavoro, in presenza di contratti di appalto, i costi relativi alle prestazioni eseguite da dipendenti o collaboratori dell'impresa appaltatrice vanno computati solamente ai fini del calcolo del rapporto previsto dall'art.11 del D.P.R. n. 601/1973.

EMILIA CIMINIELLO
CHIARA DAMMACCO

FiscoinAula

a cura di Giuseppe Ciminiello

Con il varo del Decreto Legge n. 223/2006 (c.d. Decreto Visco-Bersani) è stato introdotta, nell'ordinamento tributario, una disposizione di particolare rilievo in materia di accertamento delle imposte sui redditi, destinata ad ampliare in modo incisivo i poteri del Fisco. Invero, all'art. 43 del DPR 600/73, che regolamenta i termini entro cui è possibile notificare al contribuente un Avviso di Accertamento, è stata aggiunta la disposizione secondo cui, in caso di violazione che comporta obbligo di denuncia ai sensi dell'articolo 331 del codice di procedura penale per uno dei reati previsti dal decreto legislativo n. 74/2000, i termini (quattro o cinque anni, secondo le fattispecie) sono “raddoppiati” relativamente al periodo di imposta in cui è stata commessa la violazione. La novella, che non ha mancato di suscitare accesi dibattiti in dottrina sin dalla sua introduzione, è stata finora sottoposta al vaglio della Corte di Costituzionale per il suo

Ma per i “termini di accertamento” il raddoppio non vale per il socio

Il fatto

potenziale effetto lesivo dei diritti tutelati dalla Carta. Più di recente è stata al centro di alcune pronunce dei giudici di merito.

Tra queste, merita particolare attenzione una recentissima sentenza pronunciata dalla Commissione Tribunitaria Provinciale di Brindisi (sen. 194/2011) che, nell'interpretare la norma in parola, ha negato l'applicabilità del termine “lungo” di cui si era avvalsa l'Agenzia delle Entrate. Nel caso specie, hanno ritenuto i giudici, il prolungamento dei termini non poteva essere applicato in quanto la denuncia di reato era stata disposta esclusivamente nei confronti dell'amministratore della società e non anche nei confronti del socio della s.r.l., quale ipotetico percettore dei redditi contestati alla società.

Con tempestivo ricorso un contribuente pugliese si opponeva all'avviso di accertamento, emesso dall'Agenzia delle Entrate, con cui gli era constatata una maggiore IRPEF - oltre sanzioni, addizionali ed interessi -, per l'anno di imposta 2003. Segnatamente si addebaitava addebitava la percezione di utili extra-bilancio in conseguenza di altro di accertamento emesso nei confronti della società s.r.l., della quale il ricorrente era socio con una quota del 33%.

Dinanzi ai giudici il contribuente eccepiva preliminarmente la prescrizione della pretesa per decorrenza dei termini, mentre nel merito rappresentava che la presunzione dell'ufficio relativa agli accertamenti era raddoppiata relativamente al periodo di imposta in cui era stata commessa la violazione.

La decisione.

Preliminarmente, il Collegio brindisino ha chiarito che in base al disposto dell'art. 43, comma 3, del DPR n. 600/73, così come modificato dall'articolo 37 del DL 223, commi da 24 a 26, i termini per gli accertamenti risultano raddoppiati “quando il contribuente abbia commesso una violazione che comporta obbligo di denuncia, ai sensi dell'art. 331 del codice di procedura penale, per uno dei reati previsti dal D.Lgs. 10 marzo 2000, n. 74”. Tanto premesso, ha proseguito il Collegio giudicante, il prolungamento dei termini non poteva essere applicato al caso di specie, atteso che la denuncia di reato era stata

disposta esclusivamente nei confronti dell'amministratore della società di capitali e non anche nei confronti del socio/ricorrente. Conseguentemente, in base al disposto dell'art. 43, comma 1, del DPR citato l'avviso doveva essere notificato, a pena di decadenza, entro il 31 dicembre del quarto anno successivo a quello in cui è stata presentata la dichiarazione. Nel caso specifico, il termine per l'accertamento della dichiarazione relativa all'anno di imposta 2003, presentata nel 2004 scadeva il 31 dicembre 2008 mentre l'avviso contestato è stato notificato il 10 ottobre 2009. Alla luce di tanto i giudici hanno statuito che la pretesa dell'ufficio era decaduta per decorrenza dei termini, e conseguentemente sentenziato la nullità dell'accertamento notificato.

La decisione.

Una decisione che affronta, dunque, aspetti innovativi e che con coerenza e linearità ha posto rigidi paletti ad uno degli aspetti più delicati della nuova disposizione.

LE SCADENZE FISCALI

VENERDÌ 25 NOVEMBRE

Termine per l'invio telematico all'Agenzia delle Dogane degli elenchi riepilogativi degli acquisti e delle cessioni intracomunitarie e delle prestazioni di servizio posti in essere nel mese di ottobre dagli operatori con obbligo mensile.

MARTEDÌ 29 NOVEMBRE

Termine per la comunicazione al Registro delle Imprese dell'indirizzo di P.E.C., Posta Elettronica Certificata, da parte delle società di persona e di capitale.

Termine per l'invio delle comunicazioni telematiche all'Agenzia delle Entrate, da parte dei soggetti mensili, relative alle operazioni effettuate con operatori economici aventi sede nei Paesi della black list.

MERCOLEDÌ 30 NOVEMBRE

Termine per il versamento del secondo acconto o dell'unica rata ai fini dell'IRPEF, dell'IRES, dell'IRAP e delle addizionali regionale e comunale da parte dei contribuenti persone fisiche e società di persone e di capitali.

Termine per il versamento dell'intera somma dovuta, da calcolare sulla base del valore della

lite, a mezzo apposito mod.” F 24 Versamenti con elementi identificativi” per la definizione agevolata delle liti pendenti presso le Commissioni Tributarie alla data del 1° maggio 2011. Le liti devono avere per oggetto atti impositivi e il valore della singola controversia non deve superare l'importo di € 20.000.

Termine per l'annotazione, in luogo delle singole fatture, di un documento riepilogativo delle fatture relative all'acquisto di beni e servizi di importo inferiore a 300 euro.

Termine per l'invio delle comunicazioni telematiche all'Agenzia delle Entrate, da parte dei soggetti mensili, relative alle operazioni effettuate con operatori economici aventi sede nei Paesi della black list.

Pagamento dell'imposta di registro e registrazione dei contratti di locazione dei beni immobili stipulati o rinnovati con decorrenza 1° ottobre. Il versamento va effettuato a mezzo mod. F23, riportando codice tributo e causale.

Partenze da BARI

Table with columns: Destinazione, Compagnia, Part., Arr., Frequenza, Note. Lists flight schedules for destinations like Berlin, Bologna, Bucarest, Budapest, Cagliari, Catania, Colonia, Dusseldorf/Weeze, Frankfurt/Hahn, Genova, Londra Stansted, Madrid, Malta, Milano Lin, Milano MXP, Milano Orio al Serio, Monaco, Parigi Beauvais, Pisa, Roma CIA, Roma FCO, Stoccarda, Tirana, Torino, Treviso, Valencia, Venezia, Verona, Zurigo.

Arrivi a BARI

Table with columns: Destinazione, Compagnia, Part., Arr., Frequenza, Note. Lists flight schedules for destinations like Berlin, Bologna, Bucarest, Budapest, Cagliari, Catania, Colonia, Dusseldorf/Weeze, Frankfurt/Hahn, Genova, Londra Stansted, Madrid, Malta, Milano Lin, Milano MXP, Milano Orio al Serio, Monaco, Parigi Beauvais, Pisa, Roma CIA, Roma FCO, Stoccarda, Tirana, Torino, Treviso, Valencia, Venezia, Verona, Zurigo.

Partenze da BRINDISI

Table with columns: Destinazione, Compagnia, Part., Arr., Frequenza, Note. Lists flight schedules for destinations like Berlin, Bologna, Bucarest, Budapest, Cagliari, Catania, Colonia, Dusseldorf/Weeze, Frankfurt/Hahn, Genova, Londra Stansted, Madrid, Malta, Milano Lin, Milano MXP, Milano Orio al Serio, Monaco, Parigi Beauvais, Pisa, Roma CIA, Roma FCO, Stoccarda, Tirana, Torino, Treviso, Valencia, Venezia, Verona, Zurigo.

Arrivi a BRINDISI

Table with columns: Destinazione, Compagnia, Part., Arr., Frequenza, Note. Lists flight schedules for destinations like Berlin, Bologna, Bucarest, Budapest, Cagliari, Catania, Colonia, Dusseldorf/Weeze, Frankfurt/Hahn, Genova, Londra Stansted, Madrid, Malta, Milano Lin, Milano MXP, Milano Orio al Serio, Monaco, Parigi Beauvais, Pisa, Roma CIA, Roma FCO, Stoccarda, Tirana, Torino, Treviso, Valencia, Venezia, Verona, Zurigo.

ORARI IN VIGORE dal 30/10/2011 al 23/03/2012
Note: 1) La frequenza è pari a voli FR502 Bar-Mad e cancellata dal 19/11 al 03/12.

ORARI IN VIGORE dal 30/10/2011 al 23/03/2012
Note: 2) La frequenza è pari a voli FR502 Bar-Mad e cancellata dal 19/11 al 03/12.

ORARI IN VIGORE dal 30/10/2011 al 23/03/2012
Note: 1) Il volo parte alle 15:30 del 7/11 e il 2/12 e dal 9/10 al 1/01 nonché dal 18/01 al 17/02 non opera il martedì e il giovedì.

ORARI IN VIGORE dal 30/10/2011 al 23/03/2012
Note: 2) I voli pomeridiani varranno dal 15/01/2012

Partenze da FOGGIA

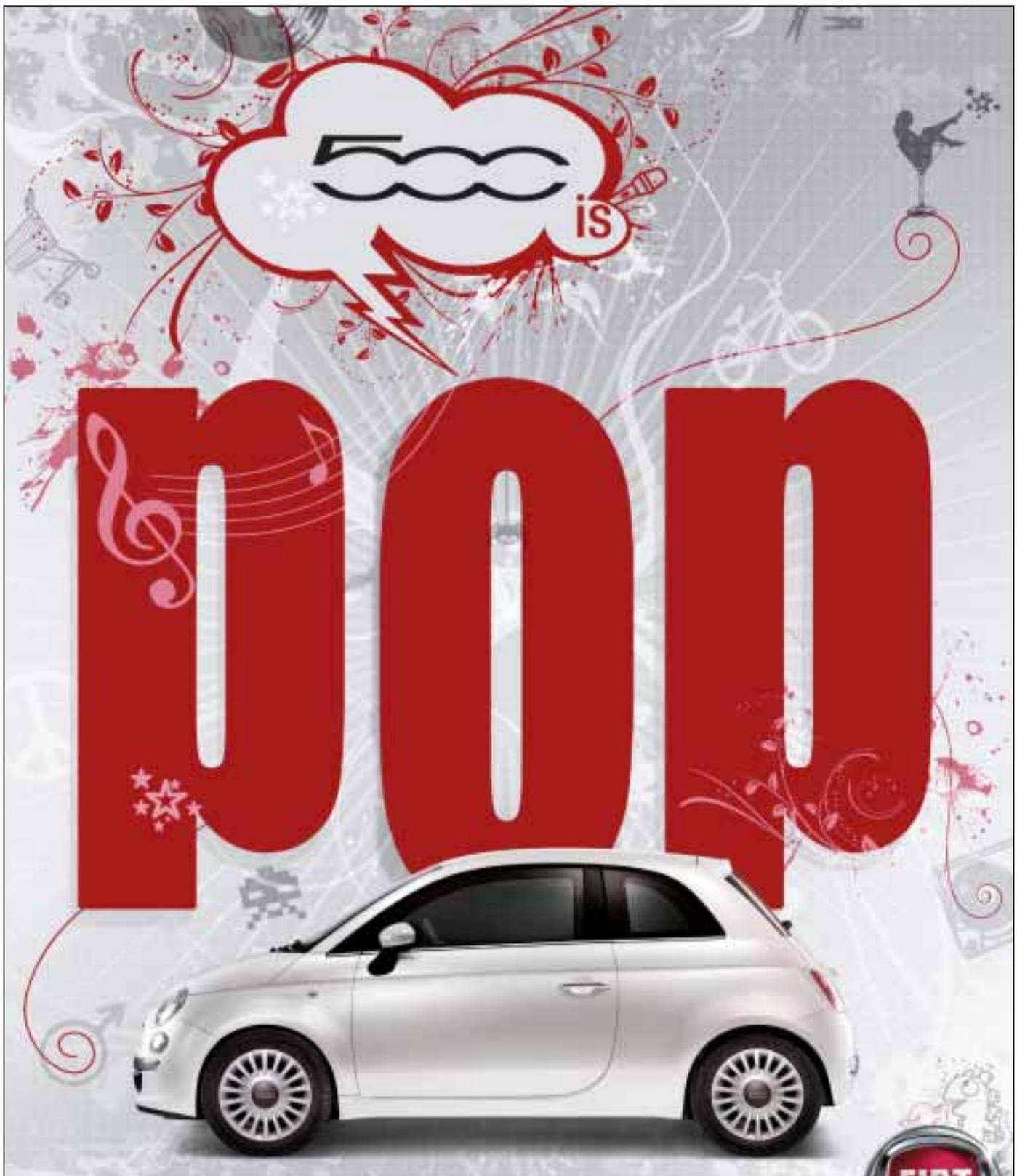
Table with columns: Destinazione, Compagnia, Part., Arr., Frequenza, Note. Lists flight schedules for destinations like Alidauna, Isola Tremezzini.

Partenze da FOGGIA

Table with columns: Destinazione, Compagnia, Part., Arr., Frequenza, Note. Lists flight schedules for destinations like Alidauna, Isola Tremezzini.

ORARI IN VIGORE dal 30/10/2011 al 23/03/2012
Note: 1) I scale Vieste 15/09/15.

ORARI IN VIGORE dal 30/10/2011 al 23/03/2012
Note: 2) I voli pomeridiani varranno dal 15/01/2012



FIAT 500 POP CON NAVIGATORE BLUE&ME TOMTOM LIVE A 10.900 EURO.
E FINO A 1.000 EURO DI EXTRABONUS SULLE VETTURE DISPONIBILI IN SHOWROOM.

WWW.FIAT500.IT

500 POP 1.2 40 cv di cui 40 a gasolio prezzo 11.800€ (IVA inclusa, con Navigatore Blue&Me TomTom Live).
 *Offerta valida fino al 30/11/2011 copri il contributo del concessionario FIAT. Per altri costi visitate il sito www.fiat.it

È L'INDIRIZZO DELLE CONCESSIONARIE

AQUILANO
Perugia

AUTOCLUB
Bari

AUTOSAT
Lamezia

EFFEAUTO
Verona

EUROCAR
Brescia

MAFFEI
Alessandria

MILLENIA
Bari

NUOVA AUTO3
Frosinone

SIAI
Torino

SIDAM
Siena