MENSILE DI ECONOMIA, POLITICA E ATTUALITÀ

ANNO XXXVI - N. 6 - GIUGNO 2017 - € 6

SPECCHIO ECONOMICO

36 ANNI INSIEME

FERROVIE DELLO STATO SÌ, ALITALIA NO: È SUI BINARI CHE SI VOLA, NON IN AEREO

BEMYEYE (Luca Pagano) Bastano gli occhi e uno smartphone per guadagnare come in un gioco

ECONOMI 4.0

FILIPPO LEONARDI (AIOP)
L'OSPEDALITÀ PRIVATA È DI AIUTO AL CITTADINO-PAZIENTE

L'EDITORIALE
LA LINGUA STA CAMBIANDO E IL DINOSAURO È PRONTO

BEPOOLER (Antonio Turroni) È il nuovo autostop: un click per andare al lavoro risparmiando

VERTICE DI TAORMINA: MOMENTO DI MONDANITÀ, OCCASIONE PERSA

Un vertice interlocutorio, più momento di vacanza. Trump ha twittato: «A nome mio e di Melania, grazie per la meravigliosa cena e per la serata, presidente Mattarella»

Papa Francesco: «Sogno un'Europa giovane, capace di essere ancora madre. Cosa ti è successo Europa? Dov'è la paladina dei diritti dell'uomo e delle libertà? È ora che ti risvegli!»

POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N.46) ART. 1, COMMA 1 - DCB ROMA

COPIA OMAGGIO

Microsoft

BUSINESS IN MOVIMENTO

TIM Impresa Semplice

Porta tutti i tuoi file e tutte le applicazioni di Office sempre con te su pc, tablet e smartphone. Con OFFICE 365.

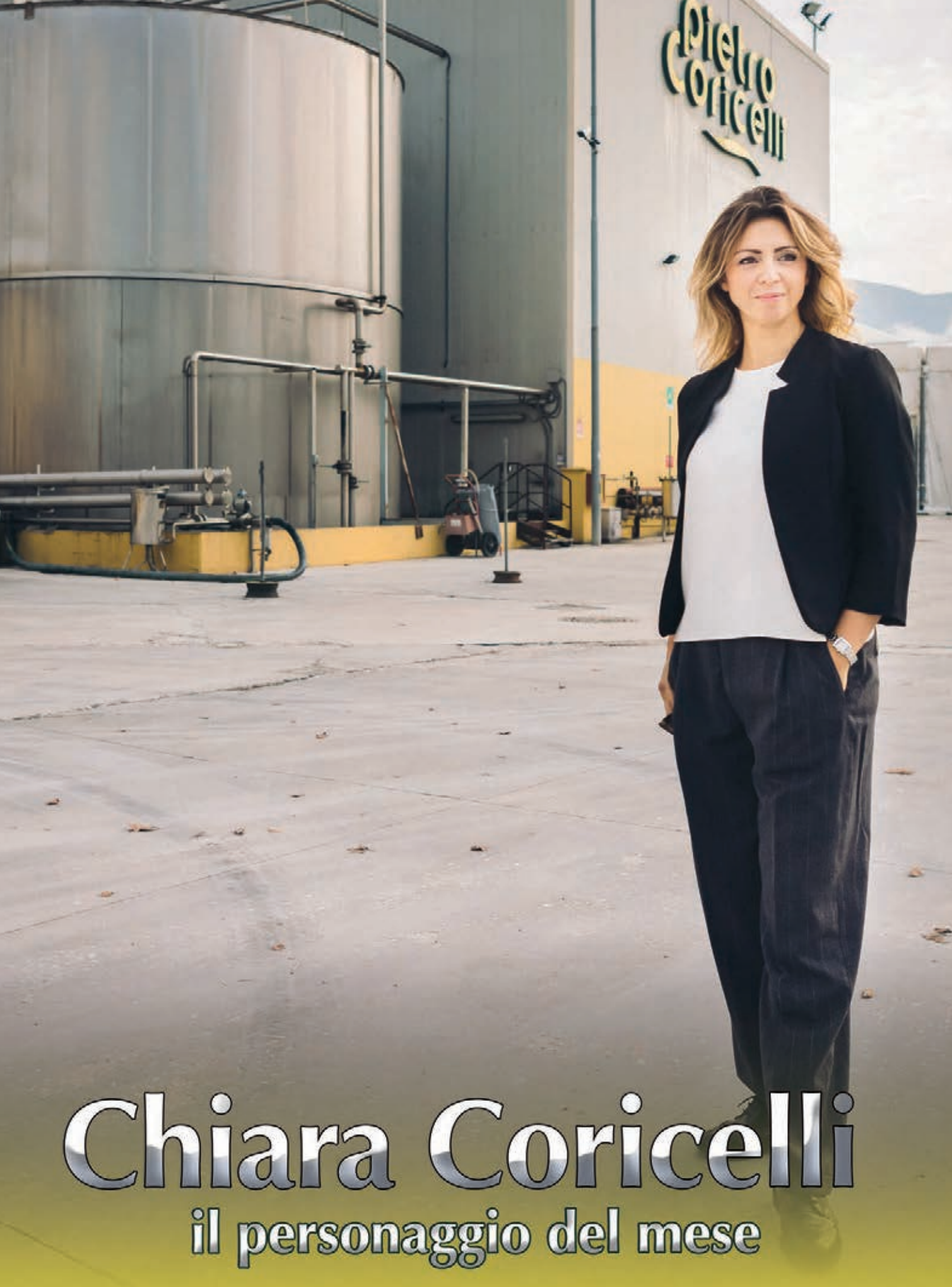
In più hai l'assistenza tecnica sul servizio TIM inclusa.

Da **6,50€** al mese per i primi 12 mesi.

TIM

Vai sul sito digitalstore.tim.it

Promo valida per attivazioni entro il 31/07/2017.
Dal 13° mese, da 8€ al mese. Tutti i prezzi sono IVA esclusa.



Chiara Coricelli

il personaggio del mese

Il bollettino è preistoria.

PAGAMENTI E INCASSI ON LINE.
SCOPRI DI PIÙ SU WWW.CBILL.IT

cbill

LA LINGUA STA CAMBIANDO E IL DINOSAURO È PRONTO

di ROMINA CIUFFA

In un episodio della lungimirante serie televisiva americana «Ai confini della realtà», degli anni 60, al padre che non riconosceva più i significati delle parole - le stesse ma con altro senso (dinosauro era divenuto pranzo) - non restava altro che adeguarsi. Così, dopo essersi opposto arduamente al cambiamento assurdo e insensato del sistema linguistico, dovette cedere: prese l'abbecedario del figlio e, sfogliandolo, si mise a studiare i termini nuovi, aderendo alla schizofrenia collettiva pur di poter comunicare.

La lingua sta cambiando e il dinosauro è pronto. È colpa nostra. Anche i giornalisti hanno perso bravura e cultura. Fanno errori grossolani, refusi. Sbagliano gli accenti, confondendoli tra gravi e acuti o passandoli per apostrofi. Non conoscono l'italiano, non lo rispettano, non lo amano, lo ripudiano, scrivono sempre più in inglese mutuando termini al punto da creare una nuova lingua: sbagliata. Non sanno come si dice una certa parola in italiano per averla dimenticata o non averla mai saputa, né creata (tanto che un bambino ha scritto «petaloso» e, piuttosto che correggerlo, ne è partita una operazione di marketing). Provo una forte empatia - prima che odio - verso costoro, che sono obbligati a scrivere nelle pagine web dei loro giornali articoletti per ottenere visualizzazioni, non letture, «mi piace», non apprezzamenti: click rubati all'agricoltura. Che non hanno mai tenuto in mano una penna e sono scettici sull'esistenza del callo.

Non sanno nemmeno chi fosse il piccolo scrivano fiorentino, una educazione che partiva da casa, intenzionale, forte, severa; assai lontana da quella attuale, che vede il genitore come alleato del figlio in una guerra contro gli insegnanti o, aut aut, come il suo aguzzino.

«Suo padre lo amava ed era assai, ed era buono e indulgente con lui: indulgente in tutto fuorché in quello che toccava la scuola: in questo pretendeva molto e si mostrava severo perché il figliuolo doveva mettersi in grado di ottener presto un impiego per aiutar la famiglia; e per valer presto qualche cosa li bisognava faticar molto in poco tempo. E benché il ragazzo studiasse, il padre lo esortava sempre a studiare». Sistema valoriale inesorabile, integro, nessun riferimento a sfruttamento minorile, abusi domestici, violenza privata, vacanze senza compiti et altera, quel bla bla bla che riflette un nuovo mondo, arrogante, atto a definire lo spazio di potere di un soggetto ancora educando, vergine, giovane, immaturo, irresponsabile. Là dove «immaturità» e «irresponsabilità» sono termini positivi che caratterizzano e descrivono un'età, e costituiscono il substrato affinché trovino giustificazione i comportamenti, anche punitivi, degli adulti. Lo schiaffo della nonna non è mai stato oggetto di denuncia in sede penale, lo schiaffo della nonna è educazione intrinseca, senza se e senza ma.

Quel padre aveva preso da una casa editrice un incarico che lo stancava, e se ne lagnava spesso. «Babbo, fammi lavorare in vece tua; tu sai che scrivo come te, tale e quale», disse Giulio. Ma il padre gli rispose: «No figliuolo; tu devi studiare; la tua scuola è una cosa molto più importante delle mie fasce; avrei rimorsi di rubarti un'ora; ti ringrazio, ma non voglio, e non parlarmene più». Studiare: ecco la parola chiave. La radice dell'albero che darà frutti, il senso dell'apprendimento, la tensione verso il sapere. Nessuna lite con gli insegnanti, coalizzati con i genitori in un progetto di crescita della società civile. Oggi disimpariamo le lezioni, aggrediamo, ci poniamo contro il sistema tout court e dimentichiamo il buon senso: se non insegniamo ai figli a vivere (il che non significa essere vegani, combattere le multinazionali, pretendere azioni positive, bensì mangiare ciò che c'è, cambiare le multinazionali, compiere azioni positive), come possiamo aspettarci che essi avranno un mondo migliore?

Ecco cosa fece Giulio. Una notte si sedette alla scrivania del padre a lavorare di nascosto al posto suo, rifacendo appuntino la scrittura del padre, per moltissime notti. L'insegnamento parte dall'osservazione nel sistema di attaccamento: il bambino osserva, copia, quindi emula, infine agisce dal profondo con indipendenza e lucidità. Il giorno seguente il padre sedette a tavola di buon umore, non s'era accorto di nulla. Giulio, contento, muto, diceva tra sé: «Povero babbo, oltre al guadagno, io gli dò ancora questa soddisfazione, di credersi ringiovanito. Ebbene, coraggio».

Ma intanto si ammalò, le sue prestazioni a scuola peggioravano, e il padre gli disse: «Giulio, tu mi ciurli nel manico, tu non sei più quel d'una volta. Non mi va questo. Bada, tutte le speranze della famiglia riposano su di te. Io son malcontento, capisci!», e in seguito andò a chiedere informazioni al maestro. «Sì, fa, fa, perché ha intelligenza. Ma non ha più la voglia di prima. Sonnecchia, sbadiglia, è distratto. Fa delle composizioni corte, buttate giù in fretta, in cattivo carattere. Oh! potrebbe far molto, ma molto di più». Il sistema famiglia si affianca al sistema scuola senza sovvertirlo: il padre prese il ragazzo in disparte «e gli disse parole più gravi di quante ei ne avesse mai intese. - Giulio, tu vedi ch'io lavoro, ch'io mi logoro la vita per la famiglia. Tu non mi assecondi. Tu non hai cuore per me, né per i tuoi fratelli, né per tua madre!». Ma costei, vedendolo più malandato e più smorto del solito, si allarmò: «Giulio è malato. Guarda com'è pallido! Giulio mio, cosa ti senti?». «È la cattiva coscienza che fa la cattiva salute», conclamava il padre. «Non me ne importa più!», aggiunse. Fu una coltellata al cuore per il povero ragazzo. Suo padre che tremava, una volta, solamente a sentirlo tossire! E il piccolo scrivano fiorentino si ammalò ancora di più. Ma scriveva, scriveva.

Finché una notte suo padre era dietro di lui, «e in un momento aveva tutto indovinato, tutto ricordato, tutto compreso, e un pentimento disperato, una tenerezza immensa, gli aveva invaso l'anima, e lo teneva inchiodato, soffocato là, dietro al suo bimbo». Che gridò: «O babbo! babbo, perdonami! perdonami!». Rispose il padre: «Tu, perdonami! Ho capito tutto, so tutto, son io, son io che ti domando perdono, santa creatura mia, vieni, vieni con me!». E Giulio disse: «Grazie, babbo, grazie; ma va a letto tu ora; io sono contento; va a letto, babbo».

Edmondo De Amicis, prima soldato, poi giornalista e scrittore. Pagine intense, corrette, fluide, commoventi. Testi e insegnamenti senza arroganza quelli presentati nel libro «Cuore», più che un romanzo un Trattato di didattica della didattica, un Manuale dell'educazione senza tempo. Dell'ignoranza attuale hanno colpa la deresponsabilizzazione, internet, i genitori, il populismo, la globalizzazione, il veganesimo, i nuovi hippies, il T9, la nuova democrazia, click, post, tweet: niente di ciò è presente in De Amicis.

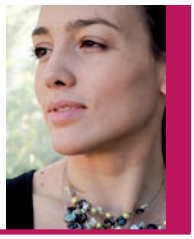
Il mondo è cambiato e c'è chi vi si adegua consolidandone il peggioramento. Io no. E dal canto mio sottolineo: c'è un doppio spazio anche nei sottotitoli di chiusura del telegiornale Rai, e se lo guardo, poi non riesco a chiuder occhio. ■

VICTOR CIUFFA
Fondatore

ANNA MARIA CIUFFA
Editore
Amministratore unico

ROMINA CIUFFA
Direttore responsabile

GIOSETTA CIUFFA
Direttore Relazioni esterne/istituzionali



Direttore Marketing e Comunicazione
PAOLA NARDELLA

Direzione, redazione, amministrazione, pubblicità:
Roma: Via Rasella 139, 00187
Tel. (06) 482.11.50 - 482.11.52
Telefax (06) 420.83.415
e-mail: specchioeconomico@iol.it
www.specchioeconomico.com
www.victorciuffa.com

L'opinionista politico: GIORGIO BENVENUTO

HANNO SCRITTO PER SPECCHIO ECONOMICO

- Ernesto Auci
- Giorgio Benvenuto
- Pier Luigi Bersani
- Luca Borgomeo
- Alberto Brandani
- Luciano Caglioti
- Umberto Cairo
- Gildo Campesato
- Sergio M. Carbone
- Nazzareno Cardinali
- Domenico Casalino
- Elio Catania
- Marcello Clarich
- Claudio Claudiani
- Giovanni Contena
- Cesare Cursi
- Massimo D'Alema
- Sergio D'Antoni
- Cesare De Piccoli
- Maurizio de Tilla
- Antonio Di Pietro
- Massimiliano Dona
- Piero Fassino
- Cosimo Maria Ferri
- Silvio Garattini
- Federico Geremei
- Lucio Ghia
- Pier F. Guarguaglini
- Pietro Larizza
- Luigi Locatelli
- Alessandro Luciano
- Antonio Marini
- Antonio Martusciello
- Giulio Mazzocchi
- Luigi Mazzella
- Alberto Mazzuca
- Vittorio Mele
- Andrea Monorchio
- Mario Morcone
- Nerio Nesi
- Michele Nones
- Giuseppe Novelli
- Ubaldo Pacella
- Giancarlo Pagliarini
- Claudio Petruccioli
- Bruno Piattelli
- Nicoletta Picchio
- Fabio Picciolini
- Serena Purarelli
- Carlo Salvatori
- Enrico Santoro
- Angelo Sanza
- Enzo Savarese
- Luigi Scimìa
- Fabrizio Svalduz
- Luigi Tivelli
- Tiziano Treu
- Lanfranco Turci
- Adolfo Urso
- Domenico B.Valentini
- Mario Valducci
- Francesco Verderami
- Gustavo Visentini
- Vincenzo Vita

5 LA LINGUA STA CAMBIANDO E IL DINOSAURO È PRONTO
«L'Italia allo Specchio» di Romina Ciuffa

8 VERTICE DI TAORMINA: UN MOMENTO DI MONDANITÀ E UN'OCCASIONE PERSA
di Giorgio Benvenuto

Il vertice di Taormina è stato deludente. Un passo in avanti è stato compiuto solo nella lotta al terrorismo. Sulle altre tre questioni (scambi commerciali, protocollo di Parigi sul clima e immigrazione) non si è fatto nulla

12 CHIARA CORICELLI: CON IL NOSTRO OLIO D'OLIVA ECCELLENZA E QUALITÀ
intervista al direttore commerciale di Pietro Coricelli
il personaggio del mese

16 FILIPPO LEONARDI: L'OSPEDALITÀ PRIVATA È DI AIUTO AL CITTADINO-PAZIENTE
intervista al direttore generale dell'Aiop

Non è possibile che vi siano strutture private che erogano prestazioni e riescono ad avere anche margini di profitto mentre, accanto, sono eretti ospedali pubblici che, seppur pagati in toto dall'SSN, hanno milioni di euro di deficit

20 LUCA PAGANO: BEMYEYE, BASTANO OCCHI E UNO SMARTPHONE PER GUADAGNARE
intervista all'amministratore delegato della società

L'idea è quella di impiegare, dando un compenso, persone che si trovano vicino ad una location che al nostro cliente interessa monitorare, con uno smartphone in mano: a loro diamo missioni da svolgere come se fossero in un gioco

23 FERROVIE DELLO STATO SÌ, ALITALIA NO: SUI BINARI NON SI VOLA AFFATTO
di Ubaldo Pacella

26 FONDAZIONE ENASARCO: ECCO TUTTO CIÒ CHE C'È DA SAPERE SUL WELFARE
queste sono le altre categorie coperte dai contributi

Prosegue l'approfondimento sul welfare erogato dalla Fondazione. Questa volta presentiamo il contributo per i figli portatori di handicap e quello per l'assistenza personale permanente, da richiedere entro il 30 giugno

28 CASA.IT, UN PERCORSO DI RILANCIO PER FAR SENTIRE GLI UTENTI COME A CASA
un nuovo logo, un nuovo sito e una nuova app

Fondato nel 1996, Casa.it, con oltre 12 milioni di visite mensili, è il portale immobiliare di riferimento per chi cerca casa che raccoglie l'offerta di oltre 12.500 agenzie immobiliari, costruttori edili e di inserzionisti privati

30 CONTRABBANDO DI SIGARETTE: OGNI ANNO LO STATO PERDE OLTRE 800 MILIONI
in Italia 6 sigarette su 100 sono illecite

Presentato il primo studio integrato sul contrabbando di sigarette realizzato da Intellegit, con il contributo di British American Tobacco Italia (BAT). Obiettivo: individuare interventi di contrasto per il nostro Paese

32 ANTONIO TURRONI: BEPOOLER, CON UN CLICK SI VA AL LAVORO RISPARMIANDO
intervista al presidente e fondatore della società

Un vero autostop tra lavoratori, per recarsi in azienda tutti insieme, con un solo veicolo, ed utilizzare il classico dito dell'autostoppista per un click sullo smartphone. Ma c'è altro: gli incentivi sono molti, e il risparmio è effettivo

36 MERCATO E CONCORRENZA: UN DISEGNO DI LEGGE CHE DA ANNI FA LA SPOLA TRA CAMERA E SENATO
di Fabio Picciolini

41 SELFIE PUBBLICITARI SUI SOCIAL: URGONO REGOLE PRECISE
di Massimiliano Dona, presidente dell'UNC

42 CARTASI LANCIA IL SUO NUOVO SERVIZIO X-PAY
per facilitare la gestione dei pagamenti online

Attivare tutte le principali modalità di pagamento su un sito di e-commerce, in sole 48 ore e direttamente online: da oggi è possibile grazie a X-PAY, il nuovo servizio di CartaSi insieme alle Banche Partner rivolto agli esercenti

44 VINCERE O PERDERE UNA CAUSA È COME FARE LETTERATURA
di Maurizio De Tilla, presidente dell'ANAI

46 AZIENDE IN CRISI: IL TRATTAMENTO LEGALE DEGLI AMMINISTRATORI
di Lucio Ghia

48 VALORE CONDIVISO: LA PROSPETTIVA DI HERA SULLA SOSTENIBILITÀ
il Gruppo è leader nei servizi ambientali

Hera declina un modello di sviluppo attento alla sfide del futuro, nel quale l'interesse dell'azienda e quello dell'ambiente, umano e naturale, si saldano in seno a una strategia unitaria che ne valorizza le convergenze

50 LA PERSONALIZZAZIONE NELLA RIVOLUZIONE DIGITALE
di Fabrizio Padua

51 ALBERTO BRICCETTI: UN IMPRENDITORE CHE SI MUOVE CONTROCORRENTE
a cura di Giovanni Contena

52 CORPI INTERMEDI: UN POSSIBILE ANTIDOTO CONTRO IL POPULISMO
dell'opinionista Giorgio Benvenuto

65 ANTHONY KENNY: UN AFFETTUOSO ADDIO ALLA CHIESA
di Bruno Piattelli

70 NEL FUTURO DELLA STAGIONE BALNEARE C'È UN MAXI-SPOGLIATOIO PER TUTTI?
di Victor Ciuffa
dal Corriere della Sera di lunedì 10 aprile 1978

www.specchioeconomico.com

twitter
www.twitter.com/specchioeconomi
www.twitter.com/ciuffaeditore

facebook
www.facebook.com/specchioeconomico

SPECCHIO ECONOMICO
Mensile di economia, politica e attualità

ANNO XXXVI

6

GIUGNO 2017

Abbonamento: annuo 60 euro
Copie arretrate: 12 euro

Conto corrente postale:
n. 25789009

Registrazione: Tribunale di Roma
numero 255 del 5 luglio 1982

Spedizione: abbonamento postale 45%
Comma 20 lettera B art. 2 - Legge n. 662
del 23/12/96 - Filiale di Roma

Tipografia: Futura Grafica
Via Anicio Paolino 21
00178 Roma

CIUFFA EDITORE

VERTICE DI TAORMINA, MOMENTO DI MONDANITÀ OCCASIONE PERSA

Da sinistra: Donald Tusk (presidente del Consiglio europeo), Justin Trudeau (primo ministro canadese), Angela Merkel (cancelliera federale tedesca), Donald Trump (presidente Usa), Paolo Gentiloni (premier italiano), Emmanuel Macron (presidente francese), Shinzo Abe (primo ministro giapponese), Theresa May (primo ministro UK) e Jean-Claude Juncker (presidente della Commissione europea) al G7 di Taormina, il 26 maggio 2017

di GIORGIO BENVENUTO

Kennedy e Trump; Delors e Juncker: quanto sono cambiati in questi anni sia gli americani sia gli europei. Purtroppo in peggio. John Kennedy nel suo discorso di insediamento il 20 gennaio 1961 diceva: «Non chiedete cosa il vostro Paese può fare per voi, chiedete cosa potete fare voi per il vostro Paese» e aggiungeva «concittadini del mondo non chiedete cosa l'America può fare per voi, ma cosa possiamo fare, insieme, per la libertà dell'uomo». **E Trump? L'America prima di tutto: «America first»!** È l'espressione di un egoismo che ormai, con la globalizzazione e la finanziarizzazione dell'economia, si afferma in ogni stato, in ogni istituzione, in ogni famiglia, in ogni tribù.

Il 2017 doveva essere l'anno della svolta. Gli appuntamenti (i sessant'anni della costituzione dell'Europa e il vertice a Taormina dei sette paesi maggiormente industrializzati) dovevano essere l'occasione per dare una risposta ai problemi della diseguaglianza, della disoccupazione, dell'emigrazione, del terrorismo, dello sviluppo. Non è stato così.

L'Italia, che per una serie di fortunate e casuali circostanze ha avuto un ruolo strategico (ha presieduto sia le celebrazioni del Trattato istitutivo dell'Europa a Roma sia il vertice di Taormina; italiani sono il presidente del Parlamento europeo, il portavoce della politica estera dell'Unione europea, il presidente del gruppo del PSE al Parlamento europeo, il segretario generale della Confederazione europea dei sindacati; l'Italia fa anche parte del Comitato di Sicurezza dell'ONU che presiederà nel prossimo mese di novembre) non ha svolto un ruolo determinante. **Il Governo Gentiloni si è trovato ad operare in splendida solitudine in un Paese distratto sui temi di politica internazionale perché interessato esclusivamente a risolvere le beghe domestiche** (la legge elettorale, i voucher, il Tar, Equitalia, etc).

Il vertice di Taormina è stato deludente. **Un piccolo passo in avanti è stato compiuto solo nella lotta al terrorismo.** Si è deciso di chiedere ai grandi «provider» di Internet di rimuovere immediatamente tutti i contenuti che possano promuovere o amplificare gli atti terroristici. Le grandi imprese della rete dovranno togliere il materiale che manipola con false notizie i giovani per avvicinarli alla jihad. Sarà avviato un lavoro di intelligence, con scambio di informazioni, ricorrendo alla «cyber sicurezza». Saranno stroncati i traffici e tutte le forme di finanziamento del terrorismo.

Invece sulle altre tre questioni presenti nell'ordine del giorno nell'agenda del vertice del G7 (scambi commerciali, protocollo di Parigi sul clima ed immigrazione) non si è fatto, non si è chiarito, non si sono stabiliti impegni precisi.

Nel comunicato finale del G7, sulla questione della liberalizzazione degli scambi commerciali, gli Usa hanno addirittura ottenuto di attenuare, anzi, di rendere vaghi gli impegni a non ricorrere a chiusure protezionistiche per tutelare le categorie e le forze economiche e sociali colpite dalla globalizzazione. Nel comunicato finale del vertice la frase originaria «lotta contro ogni forma di protezionismo» è stata sostituita dalla frase «lotta contro il protezionismo» rimarcando che «il commercio libero va corretto e deve essere di reciproco vantaggio e che deve rimanere fermo l'impegno a contrastare tutte le pratiche di commercio iniquo».

Anche sull'emigrazione la «patata bollente» è rimasta nelle mani dell'Italia. Si dice nel documento finale che bisogna assistere i rifugiati, chiarendo però, che ogni paese manterrà il diritto sovrano di controllare i propri confini e di sviluppare politiche tenendo conto dei propri interessi nazionali e della propria sicurezza.

Sul clima Trump si è tenuto le mani libere; l'accor-

do di Parigi è ormai azzoppato. Si vedrà. I tecnici dovranno rifare tutte le valutazioni sul riscaldamento del pianeta per trarne tutte le conseguenze.

Silenzio su Putin. Sono riconfermate le sanzioni alla Russia per la questione Ucraina; si minaccia un loro appesantimento, ma si è «disponibili a impegnarsi in un negoziato con il Cremlino». Più o meno lo stesso metodo è stato seguito per la Siria, confermando che si è pronti a lavorare assieme per risolvere il conflitto.

Ci sono stati screzi con la Merkel durante il vertice. Ha prevalso la diplomazia. Trump non ha partecipato alla conferenza stampa finale. È andato a Sigonella. Macron si è lamentato per il passo indietro degli Usa sull'ambiente ma non ha calcato la mano. Anzi ha ringraziato Trump per averlo appoggiato nelle recenti elezioni. In una intervista il nuovo presidente francese si è lasciato andare ad alcune affermazioni importanti («Basta con il dumping sociale dei Paesi dove gli operai hanno bassi salari e nessun diritto; basta con i lavoratori delocalizzati. Ci deve essere reciprocità tra i nostri Stati; non si giustificano i privilegi fiscali») di cui non si trova traccia nel documento ufficiale del vertice.

La Merkel non è stata loquace. Anche lei non ha partecipato alla conferenza stampa finale. Ha fatto trasparire la sua insoddisfazione. Evidentemente tenta di riaprire la partita al vertice del G20 che presiederà tra un mese ad Amburgo.

Insomma è stato un vertice interlocutorio. **È stato definito un momento di vacanza e di mondanità. Trump ha twittato: «A nome mio e di Melania, grazie per la meravigliosa cena e per la serata, presidente Sergio Mattarella».** Gli interlocutori si sono, come fanno i cani, annusati. Non ci sono state decisioni. Non c'è stata la svolta. Sono mancate le soluzioni politiche.

Paolo Gentiloni «sussurra» nelle orecchie di Donald Trump. Dietro, il canadese Justin Trudeau e la tedesca Angela Merkel

Settanta anni fa l'America varava il Piano Marshall per permettere all'Europa, uscita a pezzi dalla seconda guerra mondiale, la ricostruzione e la crescita. Oggi, invece, prevale negli Stati Uniti l'isolazionismo. Le posizioni di Trump (protezionismo, disinteresse se non ostilità nei confronti dell'Europa, etc.) stridono ad esempio con quelle della Cina. **Quasi in contemporanea al vertice di Taormina il Governo cinese ha lanciato «la sfida del Dragone di Ferro».** Il 14 e 15 maggio il presidente della Cina Xi Jinping ha presentato a Pechino il progetto «One Belt, One Road» (OBOR) per realizzare infrastrutture intercontinentali su piani che mettono assieme ferro e mare. Sono stati invitati al grande Forum 28 capi di Stato e di Governo, tra essi il presidente del Consiglio Paolo Gentiloni. Tra il porto di Rotterdam ed il grande porto industriale Chengdu il tempo per il trasporto merci che copre la distanza di ottomila chilometri sarà ridotto dagli attuali 40 giorni via mare ai 15 giorni per ferrovia.

Il progetto cinese è interessante per l'Italia, che già dal giugno 2016 può utilizzare il nuovo traforo del Gottardo. Per il nostro Paese diventano importanti anche la direttrice Sud-Nord (Genova, Trieste, Rotterdam) e le autostrade del mare nel Mediterraneo, con potenziamento dei relativi porti, per collegarsi a Gioia Tauro dove arrivano, attraverso il Canale di Suez da anni raddoppiato, le grandi navi di trasporto dall'Asia.

Il progetto del «Dragone di Ferro» e la nuova Via della Seta su rotaia cambierà non solo le prospettive della Cina, ma inciderà anche sulla struttura dei trasporti in Europa; la superferrovia intercontinentale cinese farà crescere il ruolo di Rotterdam e l'Italia ne sarà positivamente coinvolta.

Bisogna, per inciso, considerare che l'Unione europea è ora il primo partner commerciale della Cina. Gli interscambi hanno superato i 600 miliardi all'anno ed è previsto che arrivino a mille nel 2020. Quasi metà delle importazioni dell'UE viene dalla Cina che rappresenta anche il suo secondo mercato.

Insomma è stata opportuna la presenza di Gentiloni in Cina: c'è grande interesse verso l'Italia. Se nell'antichità Venezia era uno dei terminal della Via della Seta, nel progetto «One Belt, One Road» potranno essere coinvolte le infrastrutture portuali di tre città: Venezia, Trieste e Ravenna.

Da destra: Donald Trump, Paolo Gentiloni, Shinzo Abe, Theresa May, Justin Trudeau e Donald Tusk

In questo scenario in grande movimento l'Europa ha delle occasioni straordinarie. Non le può perdere.

Il populismo può essere battuto. Non è invincibile. Lo hanno dimostrato i risultati delle elezioni in Olanda ed in Francia. Tra poco si voterà in Germania e probabilmente anche in Italia.

Le proposte di Juncker sono modeste. Sono inadeguate. L'Europa deve fare il salto per arrivare all'integrazione politica per ricostituire una sua centralità. L'Europa ha la dimensione ideale e necessaria per affrontare le questioni dello sviluppo nel confronto mondiale e tra gli europei nel contesto dell'Unione. Ci sono ancora degli appuntamenti importanti. Va superata la linea dell'austerità. L'Europa deve riprendere il cammino verso l'integrazione politica. Occorrono modifiche istituzionali. **L'euro non può essere il punto di arrivo del progetto europeo.** Vanno date vere funzioni e precisi poteri al Parlamento europeo. Vanno fatte politiche comuni nei campi fiscale, sociale, economico. Insomma, occorre interrompere la spirale delle diseguaglianze sociali, occorre dare dei contenuti programmatici all'accoglienza e all'integrazione, occorre definire una governance operante ed operosa nelle istituzioni europee.

L'Europa è nata sociale. Alla fine della seconda guerra mondiale, in presenza di una drammatica spaccatura del mondo in due blocchi contrapposti, divisi da una cortina di ferro tra Est ed Ovest, ci si rifiutò di dare all'Europa uno sbocco militare. Non passò il progetto di fare la CED (Comunità europea di difesa). Si fece la CECA (Comunità europea carbone e acciaio), poi il MEC (Mercato comune europeo) e poi la CEE (Comunità economica europea). Fu una scelta vincente. Ai sei Paesi fondatori si aggiunsero Grecia, Spagna e Portogallo, che avevano nel frattempo recuperato la libertà e la democrazia sconfiggendo le dittature di stampo fascista.

Papa Francesco.
Sotto, un'immagine di Taormina

Nell'Europa dell'Est si affermarono altri principi. Il COMECOM fu una maldestra imitazione del Mercato comune. Si fece invece una alleanza militare (il Patto di Varsavia) e gli Stati dell'altra Europa rimasero a sovranità limitata satelliti dell'Urss. Era una situazione che non poteva durare. Lo sbocco non poteva essere che quello che è stato: la caduta del muro di Berlino.

La nuova Europa si è però fermata. È impacciata. È incapace di far fronte alle drammatiche conseguenze della globalizzazione e della finanziarizzazione. Si stanno propagando disordine, instabilità, poca sicurezza, molte diseguaglianze. L'Europa deve reagire, deve agire, deve fare. Deve volare alto. Deve soprattutto ricostruire una coesione ed una solidarietà per ridare speranza e fiducia nel futuro.

Non a caso, ma in modo appropriato, Papa Francesco un anno fa, il 7 maggio 2016, quando Angela Merkel gli consegnò a Roma il Premio Carlo Magno, disse tra l'altro: **«Sogno un'Europa giovane, capace di essere ancora madre (...). Sogno un nuovo umanesimo europeo (...). La creatività, l'ingegno, la capacità di rialzarsi e di uscire dai propri limiti appartengono all'anima dell'Europa (...). Che cosa ti è successo Europa? Dov'è l'Europa umanistica, paladina dei diritti dell'uomo, della democrazia e della libertà? Che cosa ti è successo, Europa terra di poeti, filosofi, artisti, musicisti, letterati? Che cosa ti è successo Europa, madre di popoli e nazioni, madre di grandi uomini e donne che hanno saputo difendere e dare vita per la dignità dei loro fratelli? (...). È ora che ti risvegli! I padri fondatori seppero cercare strade alternative, innovative (...). Essi osarono cercare soluzioni multilaterali ai problemi che a poco a poco diventavano comuni. I progetti dei padri fondatori, araldi della pace e profeti dell'avvenire, non sono superati: ispirano, oggi più che mai, a costruire ponti e abbattere muri. Sembrano esprimere un accorato invito a non accontentarsi di ritocchi cosmetici o di compromessi tortuosi per correggere qualche trattato, ma a porre coraggiosamente basi nuove, fortemente radicate».**

Non si può non essere d'accordo. È l'unica alternativa che abbiamo. Facciamola. ■

SISTEMI APR

IDS INGEGNERIA DEI SISTEMI

FLYTOP® THE FUTURE IS NOW

IDS e FlyTop offrono una gamma di sistemi aeromobili a pilotaggio remoto ad ala fissa e multi-rotore. Grazie a una grande varietà di payload che consentono una configurazione versatile, i sistemi APR eseguono attività di sorveglianza, ispezione di aree industriali, urbane, portuali e forestali, fotogrammetria e rilievi topografici, monitoraggio ambientale, prevenzione del dissesto idrogeologico e degli incendi, gestione delle operazioni di soccorso. Colibrì – il primo in Italia – FlyNovex, FlySmart hanno ottenuto la prestigiosa certificazione di progetto ENAC. FlyFast 2.0 ha anche ricevuto l'attestazione di inoffensività.

www.idscorporation.com
www.flytop.it

CHIARA CORICELLI: CON IL NOSTRO OLIO D'OLIVA ECCELLENZA E QUALITÀ SULLE TAVOLE DI TUTTO IL MONDO

IL PERSONAGGIO DEL MESE

a cura di ALFIO PAOLANGELI

Chiara Coricelli, direttore commerciale di Pietro Coricelli

Era il 1939 quando l'olio extra vergine di oliva Pietro Coricelli faceva il proprio debutto sulle tavole italiane, a Spoleto, nel cuore dell'Umbria. Una passione per i sapori più genuini tramandata di generazione in generazione che ha visto sempre coinvolti i membri della famiglia, fianco a fianco, nella gestione dell'azienda. Oggi la Pietro Coricelli, tra le più grandi aziende olearie in Europa, esporta in oltre 110 Paesi del mondo, rappresentando così uno dei marchi italiani più distribuiti a livello globale. Ne parla a Specchio Economico il direttore commerciale dell'azienda, Chiara Coricelli: terminati gli studi superiori si è trasferita a Roma, dove si è laureata alla Sapienza in Comunicazione d'impresa. Dopo un'esperienza lavorativa negli Stati Uniti, è rientrata in Italia e insieme ai fratelli ha seguito personalmente la gestione dell'azienda di famiglia. L'obiettivo ha portato i suoi frutti, dando una spinta internazionale all'azienda con i prodotti Coricelli presenti sulle tavole di tutto il mondo.

Domanda. In che modo l'azienda Pietro Coricelli si impegna a portare sulla tavola tutta la qualità e la sicurezza dell'olio d'oliva fin dal 1939? In che modo fa conoscere e apprezzare i suoi prodotti e i sapori della cucina mediterranea nel mondo?

Risposta. Da oltre 70 anni ci impegniamo a portare sulla tavola tutta la sicurezza e la qualità dei nostri prodotti a marchio grazie a una tradizione mai interrotta, fatta di aromi e sapori intensi, ma anche di grande competenza e professionalità che nostro nonno Pietro ci ha insegnato. La nostra mission è far conoscere e far apprezzare l'olio d'oliva e i sapori della cucina mediterranea nel mondo; siamo da sempre attenti a garantire l'eccellenza dei nostri processi, prodotti e servizi, adottando i più importanti standard di qualità applicabili alle aziende alimentari. Inoltre per salvaguardare il territorio, insieme alle tradizioni, operiamo nel rispetto dell'ambiente e della comunità in un'ottica di crescita sostenibile; infatti siamo la prima azienda olearia italiana ad aver messo in campo sin dal 2010 un progetto di responsabilità sociale e ambientale finalizzato alla riduzione delle emissioni di CO_2 nei propri stabilimenti. Facendo parte della terza generazione, abbiamo seguito il «percorso» filosofico di nostro nonno ma incrementando e implementando il suo pensiero con un'innovazione dei prodotti caratterizzata sia dall'evoluzione verso il futuro, sia verso nuovi mercati.

D. Dalla raccolta delle olive all'imbottigliamento dell'olio: in che cosa consiste la vostra filosofia e il vostro processo produttiva?

R. All'interno del nostro stabilimento di Spoleto è possibile assistere all'intero ciclo produttivo dell'olio dove tecnologia, competenza, rispetto della tradizione e passione per la qualità sono indissolubilmente legate. Il frantoio si avvale della più moderna tecnologia di estrazione grazie alla quale si ottiene un olio estratto a freddo di altissima qualità. La Pietro Coricelli dispone di un vasto parco serbatoi che assicura un idoneo stoccaggio alla materia prima, conservandola al riparo da luce e calore, un'area per la filtrazione e brillantatura degli oli grezzi, un reparto confezionamento con linee di imbottigliamento dedicate e tecnologicamente avanzate, nonché efficienti sistemi di ispezione del processo e dei contenitori. Dedichiamo la massima attenzione e cura alla qualità, come attestato dai controlli effettuati lungo tutto il processo: dalle materie prime in ingresso, sino alla spedizione del prodotto finito. L'azienda dispone di un moderno laborato-

rio chimico in grado di svolgere con competenza sia analisi di routine per la verifica dei parametri legali, sia per lo sviluppo di nuovi metodi di analisi. Un team professionale specializzato garantisce l'efficienza di tutto il processo di controllo; tali competenze sono altresì confermate da varie certificazioni di conformità a diversi standard di qualità internazionalmente riconosciuti.

D. Quali sono i vostri punti di forza e le peculiarità in un mercato agguerrito come quello dell'olio di oliva?

R. La nostra base è in Umbria ma la vocazione dell'azienda è internazionale e per essere competitivi dobbiamo offrire il meglio che c'è sul mercato. Essendo il nostro oliveto sulle colline umbre una risorsa produttiva limitata, ci affidiamo a fornitori selezionati nel bacino del Mediterraneo come Spagna (Paese primario in termini di produzione), e Grecia (volumi più ridotti ma di alto valore qualitativo). Essendo noi sostanzialmente un'industria, naturalmente acquistiamo la materia prima anche e soprattutto nel nostro Paese, in quelle produzioni del Sud che sono di elevato valore qualitativo come in Puglia, in Sicilia e in Calabria. Per noi la grande forza è quella di saper selezionare le materie prime in maniera eccellente, andando a scegliere le qualità migliori nelle diverse regioni in Italia e in Europa, e saperle «miscelare» dando così vita a un prodotto unico, anche per quanto riguarda il rapporto qualità-prezzo. E proprio questa diversificazione territoriale del business, fortemente voluta e perseguita dall'azienda negli ultimi anni, è divenuta il punto di forza che ha messo la Pietro Coricelli al riparo dalla crisi del mercato interno italiano, aprendola a quelle aree del globo che continuano a crescere e scoprono con entusiasmo i migliori prodotti della tradizione italiana.

D. Da quale gamma di prodotti è composta la linea Pietro Coricelli?

R. Una vasta gamma di oli di oliva per tutte le esigenze, nuovi prodotti e sapori che raccontano la continua innovazione e dinamicità dell'azienda:

- «classico extra vergine di oliva», il prodotto di base e più promozionale della grande distribuzione organizzata, incarna tutti i valori della nostra famiglia; il sapore equilibrato e intenso, il gusto pieno e armonioso, lo rendono protagonista della tavola in Italia e nel mondo e adatto per tutti gli usi in cucina;
- l'extravergine «Còlto», come il frutto alla base del prodotto, che lo connota con un fruttato maturo, rotondo e amabile; è il frutto del nostro sapere, racchiude ciò che da ormai tre generazioni si tramanda nella nostra famiglia: olio la cui fragranza è legata alla conoscenza del prodotto;
- l'olio extra vergine di oliva «100% italiano», risultato di una sapiente selezione dei migliori oli extra vergine di oliva derivanti da olive coltivate e frante in Italia; quest'olio presenta un'intensa nota aromatica di oliva che conferisce una piacevole nota gustativa dal leggero retrogusto piccante;
- la linea oli di Semi VeganOk: riso e vinacciolo;
- l'olio extra vergine di oliva biologico e VeganOk, una linea composta da un olio extra vergine di oliva altamente pregiato che produciamo con grande cura e passione. Dai terreni alle coltivazioni, dai sistemi di raccolta all'estrazione in frantoio, tutto avviene nel rispetto dei principi dell'agricoltura biologica e dell'eccellenza nella qualità. Dal profumo fruttato fresco, ha un gusto rotondo e deciso, con una leggera nota piccante;
- la linea di oli speciali «Ethnos» dedicata ai palati gourmand, a chi va alla ricerca dei migliori abbinamenti di gusti e profumi, ispirandosi alle tradizioni culinarie di tutto il mondo. Otto oli ricercati (argan, avocado, sesamo, noce, zucca, canapa, pistacchio, cocco) di sola spremitura per conservarne tutta l'integrità e il sapore, che offrono a tutti una nuova esperienza nel gusto, ricca e ricercata. Ideali per completare il profilo di ricette creative dove l'olio non è solo un ingrediente, ma il vero protagonista;
- Infine, al latere di tutto questo, c'è anche una linea di oli aromatizzati extra

Spoleto. La sede della Pietro Coricelli

vergine di oliva delle migliori qualità, aromatizzati con pregiate erbe e spezie dal mondo. L'olio extra vergine d'oliva aromatizzato si rivela essere indispensabile per una cucina creativa: un ingrediente rivolto agli intenditori, a chi vuole avere il meglio e un gusto speciale. Accanto ai gusti tradizionali, è un modo per scoprire la nuova linea di sapori per aggiungere un tocco di fantasia in più in cucina.

D. Qualche dato: fatturato 2016, stabilimenti produttivi, numero di dipendenti, esportazione all'estero, mercati di riferimento.

R. Il nostro cuore batte a Spoleto, dove si trova l'Oliveto del Barbarossa, il tradizionale bacino di approvvigionamento della famiglia, al quale, negli ultimi anni, è stato aggiunto un moderno oliveto intensivo, distribuito su 98 ettari con 130 mila piante. L'impianto è situato proprio attorno allo stabilimento dell'azienda dove lavorano 75 dipendenti. Da qui partono ogni giorno centinaia di migliaia di litri di olio che vanno negli Stati Uniti, Canada, Giappone, Brasile, Cina, Hong Kong, Taiwan, India, Sudafrica, Belgio, Germania. Nel 2016 abbiamo fatturato 120 milioni di euro, il 60 per cento in export e il restante 40 per cento nel mercato nazionale; 30 milioni di litri di olio venduti nel 2016 segnano un incremento del 4 per cento rispetto al 2015 a livello internazionale e un +20 per cento solo in Italia. Il nostro intento è diffondere la cultura dell'olio in Italia e in tutto il mondo, trasmettendo la tradizione che c'è dietro, ma anche l'innovazione e la ricerca con cui fare vincere la cultura alimentare mediterranea in tavola. Uno dei nostri punti di forza è il costante investimento in ricerca e sviluppo, grazie al quale abbiamo migliorato le infrastrutture e le strumentazioni.

D. Per identificare un buon olio extra vergine di oliva, cosa deve essere scritto sull'etichetta del prodotto?

R. L'etichetta dell'olio di oliva racchiude la storia del prodotto e rappresenta il «biglietto da visita» presentato al consumatore finale, e deve quindi fornire le necessarie informazioni per comprendere l'identità del prodotto, il suo livello di qualità e le indicazioni sulla provenienza dell'olio. L'etichetta deve menzionare con altezza di carattere previsto dalla normativa di almeno due millimetri l'origine del prodotto, e questa è una caratteristica che purtroppo il consumatore tende a non guardare, sia perché la normativa viene scritta in angoli seminascosti dell'etichetta, sia perché c'è ancora una scarsa attenzione alla lettura dell'etichetta dei prodotti in generale. L'Italia per sua natura è un Paese importatore di olio; compriamo olio dai Paesi europei ed extra-europei e poi lo confezioniamo e lo mettiamo sul mercato come «blend», ovvero come miscele di oli. Per esempio il 2015, anno in cui la disponibilità di materia prima nazionale ha scarseggiato, c'è stato un ampio ricorrere a risorse provenienti dalla Tunisia; per una scelta di politica interna noi abbiamo deciso di non farlo, ma l'importante è saper scegliere accuratamente i fornitori.

D. Quali sono le regole da seguire per acquistare un olio extravergine di qualità? I consumatori italiani sono informati sulle diverse caratteristiche dell'olio d'oliva o è sempre il prezzo a giocare il ruolo primario negli acquisti? Può essere il prezzo un indicatore della qualità del prodotto?

R. L'olio, come tutti i prodotti, non è uno solo e non ha una fascia di prezzo sola. Come per il vino, anche per l'olio si va da quello di medio-bassa qualità fino al D.O.P. Ogni tipologia ha il suo prezzo, ed è il consumatore che deve informarsi e capire quanto è disposto a pagare per un determinato prodotto e per la sua destinazione d'uso. Il prezzo non è sempre

La linea degli oli aromatizzati

La nuova linea di oli speciali «Ethnos»

determinante per la qualità del prodotto poiché viene spesso usato come driver dalla grande distribuzione per attirare consumatori con le attività promozionali. Quello che il consumatore dovrebbe fare è imparare a conoscere il prodotto in maniera diversa, sperimentare, curiosare; infatti proprio negli ultimi anni si sta assistendo a una fase di conoscenza e di «miglioramento» da parte del consumatore a categorie più elevate e diversificate di prodotto, dove il prezzo non è più il driver esclusivo nella scelta.

D. Come l'Unione europea tutela il mercato italiano? Quali sono i passi che il Governo italiano sta portando avanti per la sicurezza alimentare e per la tutela delle produzioni tipiche del nostro Paese?

R. Il Governo italiano sta lavorando nella protezione e tutela della produzione nazionale, anche se il problema di fondo è che la nosta produzione è molto scarsa. La vera tutela sarebbe quella di investire in agricoltura e far sì che quelle 200-250 mila tonnellate all'anno raddoppino e triplichino; non è stata fatta una vera attività di formazione sull'olio extravergine, e questo sarebbe un compito molto importante da fare, al contrario della Spagna che investe milioni di euro in campagne promozionali.

D. Quali altri provvedimenti normativi sarebbero urgenti per migliorare la qualità degli oli extra vergini in commercio?

R. La tutela degli standard con cui mettere in commercio il prodotto; oggi c'è ancora tanta confusione sull'olio, l'olio è un prodotto vivo, non scade ma si altera nel tempo, e oggi non c'è una normativa precisa se non per macroregole del profilo chimico e fisico ben preciso, mentre sul profilo di gusto è ancora molto vaga perché si basa su test soggettivi. Quindi bisognerebbe trovare il modo per avere dei parametri certi a tutela sia del consumatore che del produttore.

D. Gli uliveti e i terreni dai quali nasce l'olio che le aziende producono e commercializzano sono parte integrante del territorio italiano. Quali valori legati all'ambiente e al suo patrimonio naturale, storico e culturale è in grado di veicolare un vostro prodotto?

R. Il nostro prodotto è il più naturale che esista nel senso che viene fuori da un frutto che si spreme; nel nostro caso racconta le radici e la storia della nostra famiglia, ed è questo che nel mondo viene apprezzato, il fatto di avere una storia che da tre generazioni si lega alla terra e a un prodotto naturale che fa di tutto non solo per mantenerlo tale, ma cerca di portarlo nel mondo proprio a testimonianza della validità dello stesso. Condividere l'amore e la passione per l'olio extravergine di oliva, offrendo un prodotto di qualità superiore e dal gusto inconfondibile uguale nel tempo, convinti che le cose buone siano le uniche che si distinguono e rimangono.

D. L'azienda si conferma anche quest'anno tra i protagonisti in veste di sponsor ufficiale dell'Umbria Jazz 2017 in programma dal 7 al 16 luglio. Ci può parlare di questa iniziativa?

R. Anche quest'anno abbiamo deciso di sposare la manifestazione divenendo sponsor ufficiale e dando vita al «Pietro Coricelli Jazz Club», una sorta di bottega del gusto dove si terranno esibizioni live di musica jazz in orario aperitivo. Un incontro innovativo tra musica e tradizione olearia mediterranea, all'insegna del piacere di scambiarsi esperienze e culture diverse. Siamo felici di dare anche quest'anno il nostro contributo ad uno degli appuntamenti più attesi del panorama musicale italiano. L'Umbria è una regione ricca di preziose risorse, come l'olio ed altri frutti della terra, ma ha saputo anche farsi conoscere nel mondo con forme d'arte capaci di coinvolgere milioni di persone, come la musica, grazie all'Umbria Jazz. Ecco perché ci è sembrato naturale partecipare all'evento firmando anche uno spazio in cui cibo e musica potranno unirsi all'insegna della convivialità tutta italiana in un'atmosfera internazionale. Tra i nostri valori spiccano innovazione e tradizione, valori che indubbiamente rivivono nell'Umbria Jazz, e nella Pietro Coricelli. ■

FILIPPO LEONARDI: AIOP, ECCO PERCHÉ L'OSPEDALITÀ PRIVATA È DI AIUTO AL CITTADINO-PAZIENTE

a cura di
ANNA MARIA CIUFFA

«Il privato accreditato è una grande risorsa. Noi riteniamo irrinunciabile il Servizio sanitario nazionale pubblico, anzi, lo riteniamo la maggiore conquista dell'Italia del dopoguerra. Ma il decisore politico dovrebbe utilizzare un criterio meritocratico. La ragion d'essere del Servizio sanitario nazionale è il paziente: non possiamo permetterci di mantenere ospedali in deficit a danno del benessere pubblico»

Filippo Leonardi, direttore generale della sede nazionale Aiop

L'Aiop, Associazione Italiana Ospedalità Privata rappresenta 500 case di cura operanti su tutto il territorio nazionale con oltre 53 mila posti letto, di cui 45 mila accreditati con il Servizio sanitario nazionale, 26 centri di riabilitazione con 2 mila posti letto di cui 1.800 accreditati e 41 RSA con 2.800 posti letto tutti accreditati. Si presenta così, con i suoi «credo»: «Crediamo nel cittadino, centro e ragion d'essere del sistema sanitario: una conquista dei valori democratici di partecipazione e di responsabilità della civiltà moderna. Crediamo nella libertà di scelta del medico e del luogo di cura da parte del cittadino-paziente, perché rispettiamo la sua dignità di persona e il suo diritto alla tutela della propria salute. Crediamo che l'emulazione tra le strutture sanitarie in un sistema di competitività regolata è garanzia di qualità delle prestazioni e di razionalizzazione delle risorse finanziarie. Crediamo di dover rispettare la dignità del cittadino-paziente offrendo un servizio che metta al primo posto i caratteri della qualità, della trasparenza, dell'efficacia e dell'umanizzazione delle prestazioni sanitarie».

Per migliorare l'erogazione dei propri servizi sanitari e soddisfare i bisogni dei cittadini, l'Aiop ha curato la redazione di una Carta dei servizi (1995), il Premio della Comunicazione e della Ricerca (2004-2005) e la stesura e la diffusione di molte pubblicazioni. A settembre 2014 ha aggiornato le linee guida sulla responsabilità amministrativa approvate dal Ministero della Giustizia. Aderisce a Confindustria e all'Uehp (Union européenne hospitalisation privée). Ne è direttore generale Filippo Leonardi, che a Specchio Economico spiega cosa distingue l'ospedalità privata da quella pubblica (e, soprattutto, cosa non le distin-

gue), oltre a specificare in che modo non «sarebbe», bensì «è» possibile migliorare il sistema sanità.

Domanda. Cos'è l'Aiop e cosa ha rappresentato in questi 50 anni di attività?

Risposta. Lo scorso anno abbiamo festeggiato i 50 anni della nostra storia. L'Aiop oggi rappresenta circa 500 ospedali a gestione e proprietà private. Siamo presenti in tutte le regioni d'Italia. La nota importante è che più del 90 per cento delle strutture pur essendo private, lavorano per conto del Servizio sanitario nazionale. Molto spesso coloro che vi entrano nemmeno si accorgono che si tratta di ospedali privati, perché a tutti gli effetti entrano nel servizio pubblico. Questi ospedali sono retribuiti in base alle prestazioni effettuate, per cui hanno un contratto con le Asl e le varie prestazioni sono rimborsate all'ospedale privato.

D. Senza assicurazione?

R. Solo il ticket, quando questo è previsto ed è pagato sia nel privato accreditato, sia in un ospedale pubblico. Il resto è completamente a carico del Servizio sanitario nazionale. Quando si parla di privato si pensa alle cliniche non accreditate, che lavorano spesso con assicurazioni e fondi, ma sono veramente poche. Noi rappresentiamo circa quaranta strutture private non accreditate con il Servizio sanitario nazionale che sono localizzate a Roma, Milano, Torino, Genova, Bologna, Napoli; ma tutto il resto dell'ospedalità privata opera per conto del Servizio sanitario nazionale ed è servizio pubblico a gestione privata, rappresenta una tipicità nel panorama dei Servizi Sanitari Nazionali.

D. In Italia che sistema vige?

R. Un sistema misto, per cui un 25 per cento delle prestazioni ospedaliere sono erogate da strutture a gestione privata, che però operano per conto del Servizio sanitario nazionale. Questa tipicità è stata particolarmente importante perché tali prestazioni ospedaliere hanno pesato sulla spesa ospedaliera pubblica per il 15 per cento: infatti, invece di essere remunerate in base ai propri costi, sono remunerate esclusivamente per le prestazioni che vengono effettuate.

D. Quale la differenza fondamentale tra una struttura pubblica e una privata?

R. La proprietà e la gestione delle strutture associate ad Aiop sono private, ma a regolare e a vigilare sulla qualità delle prestazioni è sempre l'organismo pubblico, l'Asl. Annualmente gli ospedali privati fanno dei contratti con la Regione in forza dei quali, erogano le prestazioni.

> «al cittadino non interessa il marchio pubblico o privato accreditato, interessa essere curato bene e avere un confort dal punto di vista strutturale e una umanizzazione nell'accoglienza stessa. E non si pone la domanda se è meglio entrare in un ospedale pubblico o privato accreditato, non c'è differenza. Chiaramente nel nostro caso, essendo privati e sapendo che bisogna conquistarsi la fiducia dei cittadini, cerchiamo di essere sempre qualitativamente avanti. Un esempio: stiamo facendo un'indagine sulle nostre strutture che hanno certificazioni di qualità, hanno risposto 174 strutture di cui 147 hanno tali certificazioni. Questi sono numeri che certamente la struttura pubblica non ha»

D. Per quale motivo un paziente dovrebbe scegliere un ospedale privato anziché un ospedale pubblico?

R. Al cittadino non interessa il marchio pubblico o privato accreditato, interessa essere curato bene, avere un buon confort e un'umanizzazione nell'accoglienza stessa. E non si pone la domanda se è meglio entrare in un ospedale pubblico o privato accreditato, non c'è differenza. Chiaramente, nel nostro caso, essendo privati e sapendo che bisogna conquistarsi la fiducia dei cittadini, cerchiamo di essere sempre qualitativamente avanti. Un esempio: stiamo facendo un'indagine sulle nostre strutture che hanno certificazioni di qualità, hanno risposto, per ora in 174, e 147 hanno tali certificazioni. Questi sono numeri che la struttura pubblica non ha.

D. Chi fa queste certificazioni?

R. Le agenzie di certificazione delle ISO 9000 e degli altri sistemi di qualità sono riconosciute a livello internazionale, società terze che non possono essere manipolate, ed è è richiesto un obiettivo percorso di qualità alle strutture valutate.

D. Come potrebbero dialogare nel modo migliore pubblico e privato?

R. In Italia abbiamo un grande deficit informativo-culturale. Spesso si sente parlare di sanità pubblica e sanità privata, ma confondiamo i termini ogni volta che crediamo che la sanità privata sia sempre a carico del cittadino, mentre è un servizio pubblico: si tratta di una sanità privata che opera all'interno del Servizio sanitario nazionale.

D. L'Aiop non dovrebbe fare una campagna informativa per mettere al corrente il cittadino di questa differenza tra pubblico e privato?

R. Questo sicuramente, ma il problema è culturale, per cui parlare di privato in sanità genera un pregiudizio e non si guarda alla qualità effettivamente offerta dalle strutture. L'approccio è più di tipo ideologico, e con questo non andiamo lontano perché accettiamo di mantenere ospedali pubblici che sono in deficit, a carico della collettività, mentre lo stesso servizio potrebbe essere prestato a costi inferiori da ospedali privati accreditati.

D. Cosa può dire riguardo agli sprechi del Servizio sanitario nazionale?

R. Gli osservatori parlano di cifre che si aggirano intorno ai 30 miliardi di euro, per cui spesso l'oculatezza nella gestione amministrativa riguarda fondamentalmente l'aggressione a questi sprechi. Nell'ospedale privato non ci sono sprechi, e dal punto di vista delle attrezzature, l'ospedalità privata non è certamente inferiore a quella pubblica, anzi, probabilmente ha la possibilità di investire molto più efficacemente nel miglioramento della qualità del servizio. Chiaramente, la gestione del personale e dei fornitori viene fatta con grande oculatezza, nel senso che il personale deve essere organizzato in modo razionale e ottimale perché non si verifichino sprechi. Il bene più prezioso per gli erogatori, come per ogni professionista, è la reputazione e su questa investiamo tantissimo. È chiaro che l'imprenditore deve avere un margine di profitto dalla sua attività e nonostante ciò il Servizio sanitario nazionale paga molto meno rispetto ad un ospedale pubblico. Non è possibile che una struttura privata eroghi le stesse prestazioni e riesca ad avere anche margini di profitto, mentre accanto c'è un ospedale pubblico

con milioni di deficit. Il profitto è indice di buona salute della struttura e di buona gestione manageriale, non di mero risparmio.

D. Perché l'imprenditore privato è così «generoso» in sanità?

R. Non si tratta di essere generosi, ma di fare al meglio il proprio mestiere. Questo settore, poi, richiede un supplemento di passione, poiché si ha a che fare con persone nelle loro situazioni più fragili.

D. Perché alcune strutture private (lei ha parlato del 10 per cento delle vostre rappresentate) non scelgono l'accreditamento pubblico?

R. Sono scelte aziendali. L'interlocutore dell'ospedale accreditato è un'autorità pubblica, l'Asl e la Regione, con tutta la burocrazia che ne consegue; gli interlocutori degli ospedali non accreditati sono le assicurazioni, i fondi e direttamente il cittadino.

D. Quale futuro si prospetta per l'ospedalità privata italiana in un Sistema Sanitario Nazionale destinato a cambiare per poter reggere l'impatto con il problema demografico e della cronicità?

R. Lo stiamo valutando anche noi. Assistiamo ad una forte crescita di quelle strutture che si occupano di cronicità, e soprattutto delle strutture sociosanitarie, le RSA, «residenze sanitarie assistenziali».

D. Esse fanno parte del settore?

R. Solo parzialmente. In Italia abbiamo un settore ospedaliero, un settore socio-sanitario, in cui si trovano le RSA e in cui accanto all'assistenza sociale sono erogate prestazioni sanitarie, ed un settore completamente sociale, quello delle case di riposo. Le residenze sanitarie o socio-sanitarie assistenziali in questo momento sono in grande sviluppo proprio per rispondere al fenomeno della crescita demografica, soprattutto quella della popolazione anziana. Circa di queste aderiscono all'Aiop. Le case di riposo, invece, non possono aderire all'Aiop e non fanno parte del settore sanitario.

D. Per quanto riguarda l'offerta di prestazioni sanitarie, si può parlare di uno scenario uniforme?

R. Le prestazioni sono uniformi, nel senso che nel pubblico e nel privato sono le stesse. Ma è chiaro che qui stiamo parlando di arte medica, la quale è legata al singolo operatore. In uno scenario di prestazioni uniformi la differenza è data anche dal singolo professionista.

D. Qual è il punto di partenza di un'analisi del sistema sanitario? Come si configura oggi il privato? Come vede lo sviluppo del settore?

R. Il privato accreditato, come detto, si pone certamente come una grande risorsa. Noi riteniamo irrinunciabile il Servizio sanitario nazionale pubblico, anzi, lo riteniamo una delle maggiori conquiste dell'Italia del dopoguerra: avere un sistema universalistico, solidaristico, gratuito per i cittadini, è una grande affermazione a cui non vogliamo rinunciare, ma il decisore politico dovrebbe utilizzare un criterio di tipo meritocratico. La ragion d'essere del Servizio sanitario nazionale è il paziente, se si guardasse da questo punto di vista si farebbero scelte molto più razionali. Non possiamo permetterci di mantenere ospedali in deficit, perché tutto ciò va a discapito del benessere dei cittadini. Nella legge finanziaria del 2016 si prevedeva una penalizzazione per gli ospedali pubblici che continuano ad essere in grave deficit, e l'unica sanzione è stata la sostituzione del suo direttore generale. Questa scelta ci sembra insufficiente perché con l'alternarsi dei direttori generali la realtà non cambia. Se il deficit non è stato risanato, che si proponga ai privati la gestione! Abbiamo esperienze di strutture semi-pubbliche che sono state gestite da soggetti privati, e la differenza si è vista in tema di deficit coperti, in pochi anni di buona gestione.

Non è possibile che vi siano strutture private che erogano prestazioni e riescono ad avere anche margini di profitto mentre, accanto, sono eretti ospedali pubblici che, seppure pagati in toto dall'SSN, hanno milioni di deficit e non sono nemmeno penalizzati

Lo scorso anno abbiamo festeggiato i 50 anni. L'Aiop oggi rappresenta circa 500 ospedali a gestione e proprietà private. Siamo presenti in tutte le regioni d'Italia; più del 90 per cento delle strutture, pur essendo private, lavorano per il SSN

D. Non ritiene che gli interessi del pubblico e del privato possano essere contrastanti?

R. Da un punto di vista aziendale sì. Ma questo contrasto dovrebbe essere gestito con il criterio della qualità e del merito dalla prospettiva della soddisfazione dei bisogni sanitari dei cittadini.

D. Un imprenditore sanitario come affronta un periodo di crisi economica come quello in atto?

R. L'unica crisi che ha conosciuto e conosce l'imprenditore sanitario privato è quella creata dal decisore politico per scelte non meritocratiche, ma di basate sulla compressione dell'attività. La vera crisi è quella sopportata dai cittadini che spesso cercano di andare in una struttura, anche privata accreditata, e non possono farlo. La Lombardia è una delle Regioni che attira più pazienti anche dalle altre Regioni italiane per il merito di avere strutture di eccellenza e per la qualità delle prestazioni erogate: proprio in questi giorni è in discussione un provvedimento che tende a limitare tali migrazioni. Una grande ingiustizia, perché chiunque deve poter scegliere dove curarsi.

D. E l'Aiop cosa fa per evitare tutto questo?

R. Compie un'attività di rappresentanza e di servizio ai propri associati; nei confronti delle istituzioni svolge un'attività di relazioni per far emergere questi problemi; cura ogni anno il Rapporto sull'ospedalità italiana pubblica e privata, svolgendo un'attività di scientifica di supporto. Non chiediamo una tutela per il privato, vogliamo la possibilità di competere offrendo il meglio ai cittadini italiani, a costi sostenibili per il Servizio sanitario nazionale.

D. Qual è la vera malasanità in Italia? I medici non sono bravi, sono superficiali, non c'è meritocrazia?

R. In Italia da diversi anni c'è un sistema di formazione continua della medicina, (ECM) cui tutti i professionisti sanitari sono obbligati; una struttura privata non può permettersi di avere professionisti che non siano all'altezza.

D. Quale sarebbe il sogno dell'Aiop?

R. Mi piacerebbe immaginare un decisore politico che faccia le sue scelte in base alla qualità medica e alla sostenibilità economica offerta dagli erogatori pubblici e privati, ma senza condizionamenti. Noi scommettiamo molto sul futuro, per questo da qualche anno abbiamo una sezione, l'Aiop Giovani per formare gli imprenditori sanitari del futuro.

È L'INIZIO DELLA VOSTRA VACANZA O SOLO DELLA TUA?

ABBANDONARE UN ANIMALE È UN REATO INFAME E SEMPRE PIÙ INUTILE, PERCHÉ ANDARE IN VACANZA CON LUI È PIÙ FACILE DI QUEL CHE PENSI. VAI SU VACANZEBESTIALI.ORG E SCOPRI UN MONDO PRONTO AD ACCOGLIERVI, INSIEME.

Ente Nazionale Protezione Animali

ONLUS

Enpa ringrazia per questo spazio.

Postproduzione: Matteo Tranchellini Studio.

ITA©

LUCA PAGANO: BEMYEYE, OCCHI E UNO SMARTPHONE PER GUADAGNARE COME IN UN GIOCO

a cura di
ROMINA CIUFFA

Siamo in un videogioco e giochiamo. Ma l'importante non è partecipare» né, tantomeno «vincere», bensì «guadagnare». Abbiamo delle missioni da compiere e dei livelli da scalare, per guadagnare di più; possiamo anche regredire (ma perdere le vite, mai). Non dobbiamo scalare montagne o uccidere i nemici: dobbiamo solo usare lo smartphone per inviare posizione e foto di ciò che vediamo. Siamo gli occhi. Noi, siamo gli Eyes

Luca Pagano, amministratore delegato di BeMyEye

Siamo in un videogioco e giochiamo. Ma la cosa interessante non è «partecipare» né, tantomeno «vincere», bensì «guadagnare». Abbiamo delle missioni da compiere e dei livelli da superare, per guadagnare di più; possiamo anche regredire (ma perdere le vite, mai). Non dobbiamo scalare montagne o uccidere i nemici: dobbiamo solo usare lo smartphone per inviare posizione e foto di ciò che vediamo. Siamo gli occhi. Noi, siamo «Eyes».

È questo BeMyEye, sii il mio occhio. L'occhio delle aziende che hanno necessità di controllare l'adempimento di certi contratti, di verificare che il loro cartellone sia affisso correttamente e, a maggior ragione, sia presente su un pannello della pensilina vicino casa di chi lo fotografera, in conformità dei piani concordati con i distributori; o di accertarsi che una farmacia non abbia relegato il proprio prodotto in un cassetto; o che l'autoconcessionaria presenti la vettura in modo consono alla vendita. E così via. «La tua missione consisterà nel raccogliere informazioni e immagini circa promozioni, prezzi ed esposizione dei prodotti. Alcuni dei nostri clienti richiedono anche attività di mystery shopping e pareri sulla tua esperienza d'acquisto. La maggior parte dei job richiede non più di 10 minuti del tuo tempo!», ed è fatta: ad ogni missione corrisponde un compenso, previa approvazione, ed è possibile guadagnare discrete somme impegnandosi da qualche minuto a qualche ora al giorno, o quando si vuole, in ogni città, in ogni luogo, in Italia e all'estero. Praticamente, oggi che si discute di Job's Act e di disoccupazione, è una rivoluzione, o meglio: un faro.

Nel 2011, da Milano, Gian Luca Petrelli aveva bisogno di informazioni per se stesso, e immaginò BeMyEye, soluzione DaaS (Data as a Service) di «mobile crowdsourcing» per ottenere informazioni sulla vendita al dettaglio. Quindi, si rese conto che ciò potesse essere utile anche alle altre aziende, ed ecco altri manager - David Miller, Imran Khan,

due anni fa anche Luca Pagano, attuale amministratore delegato -. Ecco i finanziamenti. Ed ecco le foto: più di 2 milioni raccolte da circa 400 mila «Eyes» che hanno scaricato l'App. Ed ecco i clienti: Mattel, Coca Cola, P&G, Nestlè, Samsung, Lavazza, Universal, Barilla, Nespresso, Tim, Heineken, Twentieth Century Fox, e moltissimi altri che hanno scelto BeMyEye per ottenere informazioni affidabili e processabili, potendo così osservare migliaia di location in pochi giorni, offrendo «insight» per identificare nuove fonti di business, per rafforzare l'identità del marchio, per monitorare gli accordi commerciali. Voilà.

BeMyEye ha la sede centrale in Gran Bretagna e uffici in Italia, Francia e Spagna, È una compagnia partecipata da grandi venture capital europei. Nauta Capital, p101 e 360 Capital Partners nel 2016 hanno conferito un finanziamento di 6,5 milioni di euro con cui la compagnia ha accelerato lo sviluppo del prodotto ingrandendo il team. Il finanziamento è stato utile anche a rafforzare la divisione vendite e marketing e supportare l'espansione internazionale dell'azienda. Così, sia la sede sociale che il quartier generale sono stati spostati a Londra, ed ora la società è a tutti gli effetti una società di diritto inglese.

Ed ha anche acquisito LocalEyes, una delle maggiori compagnie di «crowdsourcing» in Francia, per superare i 400 mila collaboratori on-demand e posizionarsi come la più importante realtà europea nel crescente mercato della raccolta dati e immagini dal mondo reale tramite l'impiego di cellulari da parte degli utenti sottoscrittori. BeMyEye si fonda, infatti, sull'impiego di un'App gratuita che utilizza tecniche di «gamification», ossia «come in un gioco», e consente di accumulare in maniera anche divertente piccole somme di denaro in cambio di micro-lavori da svolgere su base volontaria nei luoghi scelti attraverso la localizzazione. In tal modo sta costruendo un grande network europeo di rilevatori on-demand, occhi delle imprese che si rivolgono all'azienda di Petrelli necessitando di informazioni dai punti vendita o dal livello strada. Con questo metodo, le aziende richiedenti possono vedere, con gli occhi degli Eyes, migliaia di luoghi diversi in pochi giorni. Pagano precisa come.

Domanda. Una delle principali e più innovative «start up» italiane, ma già è «adulta», sebbene guidata da giovani. Come definisce, allora, BeMyEye?

Risposta. Tengo a definirla non più come una start up, poiché la nostra ormai è un'azienda che ha 6 anni di vita, copre 10 Paesi, ha uffici a Milano, Parigi, Londra, Madrid, ha raccolto 10 milioni di capitali. Siamo 50 persone con un'infrastruttura dei processi e un'organizzazione che ci fa somigliare più a una giovane azienda in crescita che non ad una start up.

> «L'idea è quella di impiegare, dando un compenso, persone che si trovano vicino ad una specifica location che al nostro cliente interessa monitorare, con uno smartphone in mano: noi li abbiamo chiamati Eyes, occhi. A loro diamo missioni da svolgere come se fossero in un gioco»

Gian Luca Petrelli, fondatore e presidente di BeMyEye e, a destra, con il team

D. Come è sorta l'idea di canalizzare i singoli intorno a missioni a pagamento per soddisfare le esigenze di grandi compagnie?

R. BeMyEye nasce da un'idea geniale del fondatore, Gian Luca Petrelli, che ha creato il business da una sua esigenza personale: quella di controllare se l'olio prodotto dalla sua azienda di famiglia veniva correttamente promosso nei negozi di Whole Food negli Stati Uniti, cosa che lui non riusciva a fare attraverso le agenzie tradizionali a prezzi ragionevoli. Così si rivolse al fondo più importante d'Italia, il 360 Capital Partners, ed ottenne il finanziamento per concretizzare il prodotto. Successivamente, nel 2013, BeMyEye ha cominciato a commercializzarlo e si è visto che effettivamente funzionava.

D. Perché funziona?

R. Perché è un modo totalmente innovativo che «bypassa» completamente il modello tradizionale di rilevamento dei dati sul territorio o in un punto di vendita, mettendo direttamente in connessione i «brand» e i «retailer», che hanno bisogno di ottenere dati relativi ad una specifica location, con persone che si trovano in prossimità di quella location e hanno uno smartphone in tasca, dando loro un compenso: noi li abbiamo chiamati «Eyes», occhi. A loro diamo missioni da svolgere come se fossero in un gioco.

D. Le chiamate «missioni»: cosa sono?

R. Un esempio: l'Eye, che prenota dal cellulare una missione a sua scelta, deve entrare nel negozio e trovare un prodotto o una certa promozione, verificarne la presenza e il corretto posizionamento, fare delle fotografie o scansionare il codice a barre. Se l'Eye ha successo viene ricompensato con denaro. Ci sono missioni più veloci, compibili in meno di un minuto, come quella riguardante l'adempimento degli accordi relativi alle affissioni pubblicitarie: queste sono le missioni più semplici e più amate dal nostro «crowd». Poi ci sono missioni molto più complicate. Quest'anno abbiamo lavorato molto in giro per l'Europa con un grande gruppo automobilistico per seguire il lancio di un nuovo modello di macchina: si doveva andare nella concessionaria e avere un'interazione abbastanza prolungata e intensa con il venditore, domandandogli prezzi e disponibilità per quel modello specifico o aggiungendo una serie di optional, per vedere se l'auto era venduta bene. La stessa cosa è stata fatta anche su auto di marchi diversi.

D. Le missioni sono in incognito?

R. Per la verità la maggior parte sono in incognito, perché comunque si tratta sempre di verificare la corretta implementazione di un accordo che è stato preso dall'azienda committente della missione e quella che invece è in qualche modo oggetto della missione. Però a volte c'è anche piena apertura e trasparenza, anche perché sostanzialmente si può trattare di dati utilizzati nell'interesse del

brand in questione senza che vi siano conflitti tra chi monitora e chi viene monitorato.

D. A quanto possono ammontare i guadagni che un Eye può fare attraverso l'App?

R. Per prima cosa tendiamo sempre a spiegare perché BeMyEye esiste: per noi è importante avere un impatto a livello globale su tutto quel segmento di persone che non ha necessariamente delle qualifiche, il cosiddetto «unskilled labour». Poi ci sono diversi livelli ed elementi di complessità nelle varie missioni, quindi bisogna impegnarsi e saperci fare, e ci teniamo in contatto attraverso un cammino che si svolge in progressione come all'interno di un videogioco - per questo lo chiamiamo «gamification» - il quale consente di salire a livelli più avanzati secondo il livello di impegno, l'ammontare delle missioni e la qualità con cui sono svolte. Le missioni possono progredire oppure ad un Eye possono essere riservate delle possibilità, come ad esempio le missioni multiple. Abbiamo notato che ci sono persone, in Francia e in Inghilterra, che si organizzano la giornata guardando quello che è possibile fare, creando un giro che permette in circa tre ore di compiere 15-20 missioni e di portarsi a casa anche 150 euro. Il nostro obiettivo principale è massimizzare le capacità di guadagno di queste persone e minimizzare l'ammontare delle ore che devono lavorare perché secondo noi, vedendo quello che è la capacità di guadagno dei nostri Eyes, è possibile essere maggiormente gratificati con un lavoro di 2-3 ore che non con un lavoro malpagato di una giornata intera.

D. Si può parlare di «lavoro»? In che modo sono collocati gli Eyes sul piano fiscale?

R. Chi fa queste missioni non «lavora» per noi, non è un nostro dipendente, l'attività è basata sulla volontarietà ed il nostro è un «marketplace» a tutti gli effetti dove noi postiamo missioni specifiche e chi vuole le riserva senza nessun obbligo di svolgerle, pur se, per il concetto della «gamification», è previsto l'abbassamento di punti e la regressione ad un livello inferiore nel caso di missioni prenotate e non svolte. Non c'è una relazione di dipendenza dal punto di vista giuslavoristico, c'è invece un'elevata possibilità di guadagnare molto di più di quello che è il minimo salariale. Si tratta, a livello fiscale, di una prestazione occasionale, con la ritenuta d'acconto che tratteniamo alla fonte, pagando al netto.

D. Quindi voi pagate le tasse.

R. Assolutamente sì.

D. Gli «Eyes» devono dichiarare le entrate?

R. Possono, ma sostanzialmente sono già stati pagati al netto della ritenuta d'acconto. Il mio obiettivo è di essere assolutamente in linea con quelle che sono le legislazioni giuslavoristiche a livello nazionale. Quello che ci preme sottolineare è come questa forma di guadagno possa essere significativa, e questa per noi è una motivazione molto forte perché effettivamente possiamo incrementare l'introito di molte persone.

> «Chi compie le missioni non lavora per noi, non è un nostro dipendente: l'attività è basata sulla volontarietà, il nostro è un marketplace a tutti gli effetti. È però pagato con una ritenuta d'acconto, in linea con le legislazioni giuslavoristiche dei Paesi in cui operiamo»

D. Cosa accade se, nel corso della missione, l'applicazione non funziona o ha dei problemi, come già è capitato e stato segnalato da alcuni utenti?

R. La policy è di pagare la missione svolta se anche ne caso in cui vi sia stato un problema tecnico di cui noi siamo a conoscenza o che possiamo tracciare in qualche modo dai nostri logs. Cerchiamo il più possibile di andare incontro ai nostri Eyes, soprattutto perché sappiamo che hanno impiegato del tempo; è chiaro che ciò, nella pratica, non è semplice, se non riusciamo ad avere una tracciatura di quello che realmente è successo, sapere se poi la missione può essere effettivamente pagata o meno. Quindi ciò alla fine dipende da quello che riusciamo a vedere attraverso i nostri sistemi. A fronte di una missione compiuta c'è un processo di approvazione dopo il quale è possibile effettuare il pagamento, e ci sono situazioni in cui non possiamo corrispondere la quota della missione se essa non è documentata.

D. Una contestazione di un utente su un forum online riguardava l'abbassamento del compenso nel caso di una missione in cui a lui spettava di cercare surgelati in un supermercato ed essi non fossero presenti sul banco. Se, in effetti, lo scopo ultimo della missione è quello di verificarne la presenza, e dunque l'eventuale assenza, non è una contraddizione penalizzare l'Eye?

R. Questo, in realtà, è un modo che noi usiamo per incentivare lo stesso Eye a trovare il prodotto e quindi a fare uno sforzo. A lui è concesso di inviare foto multiple di un'intera area del supermercato che ne dimostrino l'assenza, e più recentemente abbiamo sviluppato la possibilità di farlo fotografando lo scaffale su cui il prodotto dovrebbe essere presente. Se esso, invece, non è presente sullo scaffale giusto, è come se non esistesse, e costituisce un mancato adempimento del supermercato.

D. Una potenziale missione potrebbe essere quella di mettere il prodotto giusto nello scaffale giusto.

R. In verità questa potrebbe essere l'evoluzione di una missione: ad oggi ancora non lo facciamo, però sempre di più ci viene richiesto dai nostri clienti.

D. Chi sono i vostri clienti e come le trovate?

R. Sono aziende di ogni tipo, soprattutto «retail», del «consumer electronics», del settore farmaceutico, del «fast moving consumer goods» e del «personal care». Si sta intensificando la competizione delle farmacie soprattutto nei Paesi dove sono state liberalizzate e sono state acquisite le logiche del merchandising tipiche di un supermercato. Essendo lo spazio nelle farmacie limitato, è ancora più importante la corretta ubicazione dei prodotti e questo sta diventando un mercato importante per noi.

D. Dove funziona l'applicazione?

R. Sostanzialmente copre tutta l'Europa, ma recentemente abbiamo aperto in Polonia e Svezia e ci stiamo espandendo nel mercato del nord e dell'est. Essa non si limita soltanto alle grandi metropoli, ma copre ogni luogo di un Paese.

D. È possibile che in un determinato territorio non vi siano Eyes disponibili?

R. Abbiamo un modello abbastanza efficace di reclutamento di Eyes, che avviene in maniera ipergeolocalizzata sfruttando i canali di acquisizione online. Nei Paesi più avanzati dove siamo presenti da più di due anni, come l'Italia e la Francia, ormai spendiamo poco o niente in «recruiting» anche perché abbiamo un passaparola molto attivo. Oltre a ciò impieghiamo tecniche di «members-get-members», chi porta un conoscente guadagna lo stesso importo della prima missione svolta dall'amico coinvolto per suo tramite. Nei Paesi dove abbiamo appena aperto, per esempio la Polonia, facciamo un po' di fatica ma attivando delle campagne di acquisizione e reclutamento il problema si risolve. Uno dei canali più importanti per le acquisizioni è sia il passaparola, sia Facebook. ■

DI UBALDO PACELLA

TRASPORTI ITALIANI

FERROVIE DELLO STATO ITALIANE SÌ, ALITALIA NO: È SUI BINARI CHE SI VOLA

Due facce di Giano: sgargianti i treni, agghiaccianti gli aerei. Un'azienda pubblica, l'altra privata. Un letto per la prima, un capezzale per la seconda

Due storie nel girone misterioso dei trasporti in Italia. Una di successo con una lepre che corre lungo l'itinerario argentato dei binari, l'altra di fallimenti capaci di sbriciolare le ali al tricolore, dopo 70 anni vissuti pericolosamente tra clamori e glamour prima, tra affanni e liquidazioni negli ultimi venti anni.

La prima è una cronaca di successi di una grande azienda pubblica, controllata al 100 per cento dal Tesoro, capace di rinascere in virtù di scelte strategiche sofferte quanto lungimiranti, legate al sistema dell'Alta velocità, vero motore culturale per un mercato moderno e competitivo. **La seconda scandisce l'itinerario sconfortante di una perdita inarrestabile di soldi e di appeal,** il precipizio in un gorgo di bilanci in rosso, non solo finanziari, che mettono a terra aerei e personale, allontanando irrimediabilmente gli italiani dalla livrea tricolore, un tempo vanto e amato simbolo del protagonismo del Paese nel mondo.

L'una pubblica florida, in grande spolvero; l'altra privata sull'orlo del terzo crack in dieci anni, dove i capitali hanno fatto peggio, se possibile, della vituperata gestione pubblica, al capezzale della quale ancora una volta per l'ultimo tentativo di salvataggio c'è proprio lo Stato, che tanto sin qui ha speso e assai poco raccolto.

I lettori avranno capito sin dalle prime righe che parliamo delle Ferrovie Italiane dello Stato e dell'Alitalia.

Il bilancio 2016 delle Ferrovie, presentato dall'amministratore delegato **Renato Mazzoncini** con dovizia di particolari e raffronti statistici tra i competitor, lascia poco adito al dubbio: il risultato netto di 772 milioni di euro rappresenta un record e consente di staccare all'azionista Stato una cedola di 300 milioni di euro. L'Ebitda arriva a 2,3 miliardi di euro con una crescita del 16,1 per cento rispetto all'anno precedente. I ricavi operativi del Gruppo si attestano a 8,93 miliardi di euro (+4 per cento), il valore economico distribuito è pari a 6,83 miliardi di euro.

Le FS sono i primi investitori in Italia con 5,95 miliardi di euro, mentre proseguono in una politica di ricambio generazionale capace di attrarre i giovani che la considerano la prima o comunque tra le migliori società italiane in cui lavorare. Continuano, per altro verso, gli investimenti in materiale rotabile, la flotta AV si è arricchita di 23 Frecciarossa 1000, mentre quella regionale di 23 treni Jazz, 6 Swing, 133 carrozze Vivalto e 3 convogli Flirt, un piccolo anticipo della maxi gara per 500 nuovi treni regionali avviata nel 2016 e destinata a cambiare volto anche al trasporto su ferro locale e metropolitano secondo le linee di piano assai care a Mazzoncini come al ministro Graziano Del Rio.

I ricavi da servizi di trasporto delle FS salgono a 6,83 miliardi di euro, mentre restano costanti i costi operativi, aumentano invece le rotte servite dai Frecciarossa che raggiungono Venezia, avviati collegamenti tra Milano e Bari, Lecce e Taranto. Il sistema AV si avvale inoltre di un servizio integrato Frecce + bus pensato per raggiungere località non direttamente servite da questi treni come Siena, Perugia, L'Aquila, Matera e Potenza.

L'occupazione resta sostanzialmente stabile, cresce da 69 mila a 70.180 unità per effetto di assunzioni e acquisizioni societarie come quella delle Ferrovie Sud Est. Molto positivi a detta dei vertici del Gruppo sono le performance di Busitalia per la gomma e di Netinera Deutschhland per le ferrovie regionali tedesche, ottime quelle di RFI per la rete e di Italferr per lavori e progettazioni in Italia e soprattutto all'estero. Le FS mantengono un buon livello di solidità finanziaria con mezzi propri, che a fine 2016 raggiunge i 38,5 miliardi di euro e si colloca al vertice delle aziende ferroviarie europee per redditività con un Ebitda margin al 25,7 per cento, rispetto alla francesi SNCF (12,8 per cento) e del DB germaniche (10,3 per cento) che pure sono molto più grandi per lunghezza della rete e volumi di trasporto.

«Questi risultati–ha sottolineato con malcelata soddisfazione Renato Mazzoncini–si inseriscono in una visione totalmente rinnovata del business che mira a fare del Gruppo FS Italiane uno dei leader della mobilità integrata a livello internazionale. Tutti gli obiettivi 2016 convergono sull'ulteriore innalzamento delle performance aziendali sia in termini di risultati economici, sia di sicurezza della circolazione e soddisfazione della clientela in uno scenario macroeconomico che guarda alla conferma dei segnali positivi a livello nazionale».

La concorrenza con NTV ha dato indubbio smalto alle FS che sono sempre più proiettate sui mercati internazionali per cogliere le grandi opportunità che si apriranno dal 2020 con la liberalizzazione europea. Non si inseguono effimeri primati come percorrere Roma Milano in 2 ore e 20 minuti grazie all'omologazione dei Frecciarossa 1000 sino a 350 km/h, bensì un progetto Paese di costante rafforzamento di una società pubblica dalla indubbie doti e dalle molte ambizioni, come testimoniano le gare per 4,5 miliardi di euro per nuovi treni regionali e quella recentissima per 1,6 miliardi di euro per l'acquisto di 135 convogli diesel da impiegare sulle linee non elettrificate confermata dall'amministratore delegato di Trenitalia **Barbara Morgante**.

Il bilancio 2016 delle Ferrovie, presentato dall'ad Renato Mazzoncini con tutti i particolari e con raffronti statistici tra i competitor, lascia poco adito al dubbio: il risultato netto di 772 milioni di euro è oggi un record che consente di staccare allo Stato-azionista una cedola di 300 milioni di euro: «una visione totalmente rinnovata»

Renato Mazzoncini, AD di Ferrovie dello Stato Italiane

L'altra faccia di Giano è rappresentata dallo scenario agghiacciante che avvolge la più grande compagnia aerea italiana: l'Alitalia che ancora si fregia del tricolore nella sua livrea irrimediabilmente gualcita e stinta da un calvario di crisi e fallimenti, che sembra travolgere dopo la mano pubblica anche quella privata, dimostratasi alla prova dei fatti, catastrofica quanto, se non peggio della prima.

Il tentativo in extremis di metter su un piano d'impresa sghembo e disarticolato da parte di Ethiad (49 per cento) e soci italiani (51 per cento), soprattutto Banca Intesa e Unicredit per investire 1,2 miliardi circa nel prossimo triennio, con gravi sacrifici occupazionali, **si è infranto di fronte ad uno sciagurato referendum tra i lavoratori che ha bocciato sonoramente l'accordo, pur molto oneroso,** raggiunto dai sindacati, non solo confederali e la proprietà.

Piloti, assistenti di volo e personale di terra dell'Alitalia hanno risposto un no urlato, con un alto grado di comprensibile emotività, all'ennesima richiesta di sacrifici dopo 10 anni di cassa integrazione, di revisione delle norme, di sacrifici. Hanno voluto istintivamente rispondere all'arroganza di comportamenti che il management voluto da Ethiad ha dimostrato negli ultimi tre anni, a fronte di scelte disastrose e di una incapacità gestionale temeraria che ha portato la compagnia italiana ad accumulare perdite per centinaia di milioni al ritmo di due milioni al giorno, oltre le più pessimistiche previsioni, senza aver invertito la tendenza a perdere quota sia sul mercato, sia rispetto ai diversi modelli di business.

Un avvitamento assai prevedibile, ignorato per colpa, per interesse di terzi, per lucrare guadagni, forse per coprire falle e malefatte del passato e del presente. La cronaca più che i tre commissari nominati dal Governo lo svelerà nei prossimi mesi, sperando non faccia sconti a quelle trame oscure che all'ombra dei fallimenti di Alitalia hanno prosperato, come pure ha fatto Ethiad acquisendo i pochi asset validi, gli slot appetibili, il traffico intercontinentale fatto gravitare a Dubai.

Le cifre fotografano, in maniera impietosa, quello che appare come un declino irreversibile, prima ancora di capirne le ragioni e le responsabilità. Alitalia possiede una flotta di 121 aeromobili, 25 dei quali per il lungo raggio, sono 80 le destinazioni totali 26 in Italia le altre tra Europa e resto del mondo. Paragonata alle altre grandi compagnie che operano nel nostro Paese è drammaticamente ultima. Lufthansa ha una flotta di 260 aerei ricavi per oltre 31,6 miliardi di euro rispetto ai 3,3 di Alitalia e ai 6,5 di Ryanair. La nostra compagnia perde almeno 600 milioni di euro l'anno, quella tedesca quella tedesca guadagna 1,7 miliardi di euro occupa 123.287 persone, ha un costo del personale di 7.354 milioni di euro contro i 613 milioni di Alitalia e i 585 della compagnia irlandese che con 10.926 dipendenti fa volare ben 350 aerei con una quota di traffico che la pone al primo posto in Europa e al quinto nella graduatoria mondiale, senza avere nessuna rotta intercontinentale.

Il numero di passeggeri trasportati è ancora più impietoso per i nostri colori: Lufthansa ha fatto viaggiare nel 2015 poco meno di 108 milioni di passeggeri, erano 51,3 nel 2005, Ryanair nello stesso periodo ha raggiunto la quota di 101,4 (per superare gli altri competitor nel 2016) era dieci anni prima a 33,4 milioni, Air FranceKlm è a 89, 8 milioni nel 2015 rispetto ai 69,9 del 2005, British Airways ha raggiunto gli 88,3 milioni era a 63,2, Easyjet arriva a 69,8 nel 2015 e 30,3 dieci anni prima, **Cenerentola Alitalia ha fatto viaggiare nel 2015 23 milioni di persone erano 30 nel 2005.**

Alitalia nel mercato nazionale ed europeo trasporta 19,8 milioni di persone, Vueling 24,8 milioni, Easyjet 73,1, Ryanair 106,4 milioni. I posti occupati per volo raggiungono rispettivamente quota 109 per la compagnia italiana 144, 160 e 175 per le altre; il margine medio per volo è negativo per 2,3 per Alitalia mentre risulta positivo per le altre tre nella sequenza di 0,8 , 1,4 e 2,4.

Tutte queste cifre elaborate da uno studio dell'Università Bicocca di Milano fotografano non solo il disastro della compagnia italiana, ma le enormi difficoltà che si frappongono ad un suo rilancio, in un mercato così altamente competitivo e presidiato. Recuperare quote di traffico a concorrenti moderni efficienti e agguerriti sembra ad oggi una missione disperata, se non impossibile. I pessimisti sostengono che ormai l'Italia si è giuocata la sua più importante compagnia aerea, se sopravviverà sarà di dimensioni e pretese assai ridotte.

Il Governo italiano non ha potuto fare altro per scongiurare il fallimento, di fronte all'apertura dello stato di crisi, che nominare tre commissari straordinari Luigi Gubitosi, Enrico Laghi e Stefano Paleari, nonché provvedere ad un prestito ponte di 600 milioni di euro, emesso a condizioni di mercato così come prescrivono le norme UE, per garantire la piena operatività della compagnia, in attesa di una sua cessione si spera unitaria, o di altre soluzioni che potrebbero emergere dal bando di gara già messo a punto dai commissari.

Tocca ora a Gubitosi, Laghi e Paleari intervenire con il bisturi delle decisioni immediate per contenere costi e perdite. Si parte dalla rinegoziazione dei contratti, da quelli sulla copertura del rischio sui prezzi del petrolio, a quelli sul leasing degli aerei incomprensibilmente più alto di circa il 30 per cento rispetto alle altre compagnie, ad alcuni contratti derivati, per mettere mano anche al costo del lavoro, forse il capitolo più spinoso ed emblematico. Duecento milioni di tagli ha sostenuto in questi giorni Enrico Laghi, una nomina la sua che ha sollevato da più parti non solo dal Movimento 5 stelle non infondate polemiche, perché in passato è stato presidente del collegio dei revisori dei conti di Alitalia, nonché consigliere in quota Unicredit e non risultano suoi atti formali che evidenziassero una così disastrosa conduzione della compagnia, al cui vertice è bene non dimenticarlo sedevano il presidente Luca di Montezemolo e come vice presidente il ceo di Ethiad James Hogan.

Gli azionisti di Alitalia hanno subito perdite vistose, assai meno comunque, di quelle dello Stato, ovvero di noi cittadini-contribuenti. Le sole banche sono esposte negli ultimi 9 anni per 1,9 miliardi di euro, cosa che

fa dire al presidente di Intesa **Gian Maria Gross-Pietro** che debbono tornare al loro ruolo di investitori, non di recupero naufraghi, in nome dell'italianità. Il conto in rosso di Alitalia sarebbe in realtà ancor più salato di quello sin qui ipotizzato negli anni da studiosi e autorevoli commentatori. **Andrea Giuricin**, docente di economia dei trasporti alla Bicocca di Milano, lo ha calcolato in oltre 10 miliardi di euro. Colpa anche di una contrazione dei ricavi. Occorrerebbero, secondo questo studio, circa 4 miliardi di euro per far decollare di nuovo la compagnia tra investimenti necessari e debiti da saldare. Il tutto in uno scenario di crescita espansiva del trasporto aereo, che sembra aver lasciato a terra definitivamente la crisi, puntando su nuove rotte e servizi, con aree di business diversificate.

Un altro fattore è illuminante: non sono i conti dei 12.450 dipendenti a far andare fuori rotta l'Alitalia. Il costo del lavoro nel complesso è inferiore di molti punti percentuali a quello di tutte le grandi compagnie già citate, è addirittura minore rispetto a quello di low cost come Easyjet, esclusa ovviamente Ryanair, per la quale sono dovute alcune considerazioni decisive. Basti ricordare che un gran numero di personale di volo, soprattutto piloti, non sono dipendenti della compagnia irlandese, bensì di società costituite appositamente o in alternativa di piloti che offrono le loro prestazioni con partita Iva, senza le garanzie e gli oneri previsti per il lavoro dipendente. I turni e le caratteristiche d'impiego del personale Alitalia, sia di bordo sia di terra, indicano performance ottime rispetto a quelle generali del settore.

Come mai dunque questo disastro si abbatte su Alitalia? Iniziamo a sottolineare che è il modello di business il primo buco nero della gestione: impossibile per struttura societaria incrociare le rotte a breve raggio con le low cost, di tutte le destinazioni nazionali la compagnia tricolore mantiene il primato solo per otto, tutte le altre sono appannaggio dei competitor. I collegamenti intercontinentali sono troppo pochi, non in grado di compensare le perdite, anche perché nell'alleanza Sky Team, tutt'ora operativa, la compagnia offre una sorta di feederaggio agli altri vettori più grandi e ne ricava ben poco.

Non è in grado per le ridotte dimensioni della flotta di offrire un network appetibile alla clientela, finisce per essere scarsamente competitiva anche nei collegamenti europei a più alto valore di mercato. Tutto ciò si traduce in una disaffezione della clientela e in uno scadimento dell'offerta come testimonia il 58esimo posto nella classifica della qualità dei servizi, che vede al sesto posto invece l'azionista di ieri Ethiad, sul quale molti confidavano per un serio rilancio, mentre si è rivelato incomprensibilmente distratto nelle gestione, focalizzato solo a garantirsi immediati ritorni, incapace di capire le logiche, quali che siano, dei rapporti in Europa con personale e clienti.

I commissari straordinari Alitalia Enrico Laghi, Luigi Gubitosi e Stefano Paleari

La cloche non era affidata ai comandanti in divisa blu ma ad altri colletti bianchi, e non è certo una ventilata azione di responsabilità in salsa italiana che potrà fornirci le risposte cui abbiamo diritto da cittadini e clienti

Altre assolute stranezze negli indirizzi di Alitalia riguardano il management: molti dei posti chiave continuano ad essere occupati da dirigenti che vantano ben tre fallimenti. Perché restano al loro posto? Quali imprese nel mondo li avrebbero mantenuti lì? Debbono tutelare interessi terzi, si chiedono i commentatori più smaliziati? I rapporti tra la compagnia e l'intero sistema del trasporto aereo italiano, compresa la gestione degli aeroporti, è di buon livello o sul deficit di Alitalia altri fanno profitti in silenzio?

Respingere un accordo che prevedeva 850 esuberi e una riduzione del 9 per cento dello stipendio del personale di volo si rivelerà un errore drammatico, **non vorremmo tuttavia che i lavoratori diventassero una volta di più la foglia di fico per occultare verità amare e molto più sgradite.** Altri dovrebbero rispondere di fallimenti a ripetizione, di soldi pubblici dilapidati, di scelte errate senza che ad esse corrispondesse un attento monitoraggio. La cloche, in questo caso, non era affidata ai comandanti in divisa blu, ma ad altri colletti bianchi, e non è certo una ventilata azione di responsabilità in salsa italiana che potrà fornirci le risposte cui abbiamo diritto da cittadini e clienti. Augusto Fantozzi, dicono le cronache, liquidatore della vecchia compagnia, l'avrebbe chiesta in passato per Laghi. Sì, proprio lo stesso che oggi ne è commissario, strano no?

Ci auguriamo, a questo punto, che le pesanti sconfitte del passato evitino ulteriori pasticci, come quello di supplicare Ferrovie, Cassa Depositi e Prestiti o altre aziende in salute di correre al capezzale di Alitalia per prolungarne una sorte stentata, solo al fine di togliere dal campo della polemica politica un tema che ne è stato già troppo inquinato.

È il modello di business il primo buco nero della gestione. Altre assolute stranezze riguardano il management: molti dei posti chiave continuano ad essere occupati da dirigenti che vantano ben tre fallimenti. Perché restano al loro posto? Quali imprese nel mondo li avrebbero mantenuti lì? I rapporti tra la compagnia e l'intero sistema del trasporto aereo italiano, compresa la gestione degli aeroporti, è di buon livello o sul deficit di Alitalia altri fanno profitti in silenzio?

Si operi con lungimiranza e decisione, si offrano ai lavoratori le giuste tutele, ma una volta per tutte si vari un progetto in grado di volare con le sue sole ali, senza ambiguità. Lo pretendono gli italiani, lo chiede il mercato, lo vogliono i viaggiatori. Se l'Italia non è in grado di avere una compagnia aerea ne deve prendere atto e assumersene le responsabilità come economia nazionale nel suo complesso: il mondo globalizzato non guarda più le bandiere, quando gli fa comodo s'intende. ■

CIÒ CHE C'È DA SAPERE SU:

CONTRIBUTI PER FIGLI PORTATORI DI HANDICAP, NASCITA O ADOZIONE, MATERNITÀ E ASSISTENZA PERSONALE PERMANENTE

Altre categorie coperte dai contributi Enasarco, come da recenti delibere del suo Consiglio di Amministrazione: tutte le scadenze e quanto è necessario sapere del welfare a favore degli iscritti alla Fondazione di Assistenza per gli agenti e rappresentanti di commercio, incluso l'inserimento nella professione per i giovani non oltre i 30 anni

199 30 30 33 numero unico

Prosegue il nostro approfondimento sul welfare erogato dalla Fondazione Enasarco; lo scorso aprile infatti, abbiamo passato in rassegna il contributo per i corsi di formazione e aggiornamento professionale, i premi studio, i premi per tesi di laurea, e infine il contributo per gli agenti ospitati in case di riposo.

Nel numero odierno di Specchio Economico presentiamo il contributo per i figli portatori di handicap e quello per l'assistenza personale permanente, entrambi da richiedere entro il 30 giugno prossimo, per poi passare al contributo per nascita (o adozione) e a quello per la maternità, per i quali c'è invece un anno di tempo dalla data dell'evento.

CONTRIBUTO PER FIGLI PORTATORI DI HANDICAP

La Fondazione eroga un contributo di mille euro annui (non cumulabili con l'erogazione straordinaria) agli agenti e ai pensionati i cui figli portatori di handicap necessitano di assistenza personale permanente, causata da deficit motorio, funzionale e relazionale tale da rendere necessaria la dipendenza da un'altra persona. Alla data della presentazione della domanda, è necessario avere i seguenti requisiti:

AGENTI IN ATTIVITÀ: avere un conto previdenziale (al 31 dicembre 2016) incrementato esclusivamente da contributi obbligatori, con un saldo attivo di almeno 3.097,50 euro e un'anzianità contributiva complessiva di almeno cinque anni (di cui 2014, 2015 e 2016 consecutivi, per un totale di 12 trimestri);

PENSIONATI: essere titolare di una pensione diretta Enasarco.

Gli iscritti, in attività e in pensione, devono inoltre avere un reddito familiare complessivo annuo lordo (anno 2015) non superiore a 39.069 euro. Se entrambi i genitori sono iscritti alla Fondazione, sarà erogata una sola prestazione.

Il modello per la richiesta è disponibile nel sito **www.enasarco.it** e presso gli uffici della Fondazione. Si può scegliere di inviare la documentazione tramite posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo **prestazioni@pec.enasarco.it** oppure con raccomandata A/R a: **Fondazione Enasarco - Servizio Prestazioni/PIF - Via A. Usodimare 31, 00154 Roma**.

Gli iscritti dovranno allegare la seguente documentazione:

- certificazione contenente la diagnosi o la classificazione medica dello stato di handicap con le condizioni di gravità del figlio (invalidità civile con accompagnamento);
- copia del modello ISEE (in cui sia indicato il reddito familiare complessivo annuo lordo del 2015).

Il contributo deve essere richiesto entro il 30 giugno 2017, pena la decadenza del diritto. Le domande inviate oltre tale data o prive della documentazione richiesta non saranno valutate.

ASSISTENZA PERSONALE PERMANENTE

È una prestazione integrativa e facoltativa che la Fondazione può erogare per partecipare alle spese di assistenza personale permanente; è destinata ai pensionati Enasarco di inabilità permanente. Per richiedere il contributo è necessario possedere tutti i seguenti requisiti:

- essere pensionati di inabilità permanente Enasarco;
- essere titolari dell'assegno mensile Inps per assistenza personale e continuativa (indennità di accompagnamento);
- avere un reddito individuale complessivo lordo (anno 2015) non superiore a 26 mila euro.

L'importo erogato è di 1.200 euro annui, non cumulabili con l'erogazione straordinaria e/o con il contributo per spese di ospitalità in case di riposo.

Il modello per la richiesta è disponibile nel sito **www.enasarco.it** e presso gli uffici della Fondazione. Si può scegliere di inviare la documentazione tramite posta elettronica certificata (PEC) alla mail **prestazioni@pec.enasarco.it** oppure con raccomandata A/R a: **Fondazione Enasarco - Servizio Prestazioni/PIF - Via A. Usodimare 31, 00154 Roma**.

Gli iscritti dovranno allegare la seguente documentazione:

- certificazione Inps che attesti l'indennità di accompagnamento;
- copia del modello ISEE (in cui sia indicato il reddito individuale complessivo annuo lordo del 2015).

Il contributo deve essere richiesto entro il 30 giugno 2017, pena la decadenza del diritto. Le domande inviate oltre tale data o prive della documentazione richiesta non saranno valutate.

CONTRIBUTO PER NASCITA O ADOZIONE

È una prestazione integrativa erogata dalla Fondazione agli iscritti per ogni figlio nato o adottato dal 1° gennaio 2017 e spetta agli agenti in attività e ai pensionati Enasarco, sia uomini sia donne (se entrambi i genitori sono iscritti alla Fondazione, verrà erogata una sola prestazione). Se l'agente donna ha richiesto il contributo maternità, per lo stesso figlio, non ha diritto al contributo per nascita o adozione; si ricorda inoltre che è possibile richiedere il contributo per le adozioni solo dopo la sentenza definitiva (da allegare alla domanda) emessa dal tribunale competente.

Per i figli nati o adottati nel 2016 si potrà richiedere il contributo nel corso del 2017, purché entro un anno dall'evento come previsto nel Programma delle prestazioni integrative 2016.

Alla data dell'evento, è necessario avere i seguenti requisiti:

AGENTI IN ATTIVITÀ: avere un conto previdenziale (al 31/12/16) incrementato esclusivamente da contributi obbligatori, con un saldo attivo di almeno 1.879,50 euro e un'anzianità contributiva complessiva di almeno tre anni (di cui 2014, 2015 e 2016 consecutivi, per un totale di 12 trimestri).

PENSIONATI: essere titolare di una pensione diretta Enasarco.

Gli importi erogati sono pari a:
- 750 euro per il primo figlio;
- 650 euro per il secondo figlio;
- 500 euro per il terzo figlio o successivo.

È possibile inviare la richiesta esclusivamente online, attraverso l'area riservata inEnasarco o tramite un istituto di patronato; non sono invece accettate domande presentate con altre modalità, ad esempio con raccomandata o consegnate presso le sedi della Fondazione. Il contributo deve essere richiesto entro un anno dall'evento, pena la decadenza del diritto.

CONTRIBUTO PER MATERNITÀ

Questo contributo aiuta economicamente l'agente donna che, a seguito della gravidanza, affronta una diminuzione del proprio reddito e un incremento degli oneri. È riservato alle iscritte, in attività e in pensione, che hanno avuto un figlio nato dal 1° gennaio 2017. Per i figli nati nel 2016 si potrà richiedere il contributo nel corso del 2017, purché entro un anno dall'evento come previsto nel Programma delle prestazioni integrative 2016.

Alla data dell'evento, è necessario avere i seguenti requisiti:

AGENTI DONNE IN ATTIVITÀ: avere un conto previdenziale (al 31 dicembre 2016) incrementato esclusivamente da contributi obbligatori, con un saldo attivo di almeno 1.879,50 euro e un'anzianità contributiva complessiva di almeno tre anni (di cui 2014, 2015 e 2016 consecutivi, per un totale di 12 trimestri);

PENSIONATE: essere titolare di una pensione diretta Enasarco.

Gli importi erogati sono pari a:
- 2.500 euro per il primo figlio;
- 2.000 euro per il secondo figlio;
- 1.500 euro per il terzo figlio o successivo.

Per i parti plurimi, avvenuti nel 2017, spettano 1.500 euro per ogni nato.

È possibile inviare la richiesta esclusivamente online, attraverso l'area riservata inEnasarco o tramite un istituto di patronato; non sono invece accettate domande presentate con altre modalità, ad esempio con raccomandata o consegnate presso le nostre della Fondazione. Il contributo deve essere richiesto entro un anno dall'evento, pena la decadenza del diritto. ■

Gianroberto Costa, presidente della Fondazione Enasarco

ELENCO PRESTAZIONI 2017 E RELATIVE SCADENZE

PRESTAZIONE	SCADENZA
Contributi per nascita o adozione	Entro un anno dall'evento
Contributi per maternità	Entro un anno dall'evento
Asili nido	15/10/2017
Soggiorni estivi per bambini	15/10/2017
Acquisto libri scolastici	01/10/2017
Premi studio	30/04/2017
Tesi di laurea	30/04/2017
Case di riposo	30/04/2017
Contributi per figli portatori di handicap	30/06/2017
Assistenza personale permanente	30/06/2017
Erogazioni straordinarie	-
Soggiorni in località termali	15/04/2017
Contributi per spese funerarie	Entro un anno dall'evento
Formazione agenti	L'inizio del corso è previsto entro 60 giorni dalla data di prenotazione; entro i 60 giorni successivi la richiesta, dovrà essere inviata la documentazione necessaria
Over 75	Entro 90 giorni dall'evento

AGEVOLAZIONI PER I GIOVANI AGENTI

Tra le modifiche regolamentari approvate dall'Assemblea dei delegati del 27 aprile, e precedentemente deliberate dal Consiglio di Amministrazione, ricopre un particolare rilievo l'introduzione dell'articolo 5 bis. Riguarda direttamente l'inserimento dei giovani nella professione, un tema molto sentito dalla nuova amministrazione della Cassa. La norma introduce un regime contributivo agevolato in favore di quei giovani agenti che abbiano età minore o uguale a 30 anni.

L'agevolazione è concessa a condizione che l'agente, nel triennio 2018-2020, venga iscritto per la prima volta alla Fondazione Enasarco o che, qualora già iscritto, si veda conferire un nuovo incarico purché i precedenti siano cessati da almeno tre anni. L'agevolazione si traduce nella riduzione dell'aliquota contributiva, in misura progressivamente maggiore nel secondo e terzo anno successivo alla prima iscrizione o ripresa dell'attività, con l'intento specifico di assicurare la fidelizzazione dell'agente e garantire la permanenza nella professione.

Un altro aspetto è il dimezzamento del minimale contributivo, al fine di salvaguardare quegli iscritti che, avendo avviato o ripreso l'attività e dovendo ancora inserirsi appieno nel contesto lavorativo, producano provvigioni in misura ridotta. L'introduzione dell'art.5 bis e le modifiche agli articoli 13, 25, 29, 44, 46 del Regolamento, approvate dall'Assemblea dei delegati e deliberate dal CdA, saranno trasmesse per approvazione ai ministeri vigilanti.

CASA.IT, UN PERCORSO DI RILANCIO PER FAR SENTIRE, ANCHE ONLINE, TUTTI GLI UTENTI COME A CASA

CASA.IT si rinnova ancora dopo il management buyout guidato da Luca Rossetto

Fondato nel 1996, Casa.it, con oltre 12 milioni di visite mensili (fonte: Adobe Analytics), è il portale immobiliare di riferimento per chi cerca casa che raccoglie l'offerta di oltre 12.500 agenzie immobiliari, costruttori edili e di inserzionisti privati.

Se da un lato il mercato immobiliare residenziale italiano sta vivendo una forte fase di ripresa dopo anni di crisi, con un valore globale stimato intorno agli 89 miliardi di euro annuali, dall'altro anche la quota di mercato dei portali online del settore è in forte crescita.

Casa.it, **dopo la recente operazione di «management buy out» che si è conclusa lo scorso febbraio e che ha visto il passaggio di proprietà da Rea Group, che aveva acquisito il portale nel 2007, al management team guidato da Luca Rossetto con il sostegno di Oakley Capital Private Equity**, si appresta ad affrontare nuove sfide per condurre l'ulteriore sviluppo del brand con un focus particolare sull'innovazione digitale, per riaffermare la propria posizione di leader di mercato.

Tecnologia e innovazione sono le parole d'ordine che meglio rappresentano la direzione intrapresa dall'azienda. Gli obiettivi chiave verso cui Casa.it concentrerà la propria attività nei prossimi mesi includono: **il rilancio del brand, l'espansione della tecnologia proprietaria e lo sviluppo di una piattaforma mobile integrata per poter offrire ai propri utenti un'efficace esperienza di navigazione su tutti i device, da desktop e da mobile**, soprattutto grazie allo sviluppo di prodotti digitali come le App.

UN NUOVO SITO E UNA NUOVA APP PER CASA.IT

Casa.it ha iniziato il proprio percorso di rilancio riprogettando il proprio sito con una navigazione più fruibile studiata per migliorare l'esperienza di ricerca e consentire all'utente di trovare tutte le informazioni di cui ha bisogno più velocemente. Tra i nuovi servizi introdotti, **Casa.it è stato il primo portale di annunci immobiliari a lanciare la tecnologia degli annunci con foto a 360°**, un sistema che con un singolo scatto consente di catturare l'intero spazio di un ambiente. Questa nuova funzionalità ha rivoluzionato le foto tradizionali degli immobili per consentire all'utente un'esperienza «totalmente immersiva» molto più impattante e coinvolgente.

Dopo il nuovo portale, la realizzazione della nuova App ha rappresentato un ulteriore passo verso l'innovazione per venire incontro alle esigenze dell'utente, sempre più multidevice. Si tratta di una nuova piattaforma che, oltre ad essere tecnologicamente all'avanguardia, è più facile, veloce e soprattutto accessibile nello stesso modo attraverso tutti i dispositivi. Tra le principali caratteristiche:

- modalità di ricerca uguale a quella del sito web, con la possibilità di utilizzare immediatamente i filtri, di personalizzarli in base alle esigenze impostando sia i metri quadri che il prezzo

- foto più grandi e ad alta risoluzione

- una migliore esperienza di ricerca tramite la visualizzazione su mappa, per consultare gli annunci nelle zone d'interesse muovendosi direttamente sulla cartina digitale

- possibilità di scrivere note direttamente all'interno dell'annuncio, salvarle e visualizzarle nella sezione «Preferiti»

- possibilità di condividere note e annunci tramite WhatsApp, mail e Social Network.

Luca Rossetto, amministratore delegato di Casa.it

LA NUOVA IMMAGINE DI CASA.IT: IL NUOVO LOGO

La corsa al rinnovamento non si ferma. Lo scorso 5 maggio Casa.it ha presentato, in occasione della sponsorizzazione del Giro d'Italia che quest'anno ha celebrato i 100 anni, il **nuovo logo caratterizzato da una grafica immediata e intuitiva che ben rappresenta l'evoluzione verso cui l'azienda sta tendendo**.

Questa operazione si inserisce nel più ampio progetto di rilancio di Casa.it volto a generare significative opportunità di crescita, alimentare un forte potenziale di sviluppo del core business e produrre un conseguente aumento della quota di mercato, dell'audience e delle revenues.

Il mercato immobiliare digitale è in forte sviluppo, e Casa.it è senza dubbio in grado di intercettare questa crescita e di riaffermare la propria posizione di leader di mercato.

Generiamo il futuro dell'energia

Nuovi prodotti.
Nuove tecnologie.
Nuove competenze nel service.
Ansaldo Energia: protagonista internazionale
nel mercato della generazione.

ANSALDO ENERGIA

www.ansaldoenergia.com

CONTRABBANDO DI SIGARETTE. IN ITALIA 6 SU 100 SONO ILLECITE: OGNI ANNO LO STATO PERDE OLTRE 800 MILIONI DI EURO

Presentato lo scorso maggio a Roma il primo studio integrato sul contrabbando di sigarette in Italia, realizzato da Intellegit, con il contributo di British American Tobacco Italia (BAT). Obiettivo dell'indagine: individuare interventi di contrasto ritagliati su misura per l'Italia

Con lo scopo di individuare interventi di contrasto ritagliati su misura per l'Italia, è stato realizzato da Intellegit, start-up sulla sicurezza dell'Università degli Studi di Trento, con il contributo di British American Tobacco Italia, il primo studio integrato che analizza il fenomeno dei traffici illeciti di sigarette: nel nostro Paese rappresentano il 5,8 per cento del consumo totale e gli introiti da essi derivanti vengono spesso reinvestiti da organizzazioni criminali e terroristiche internazionali per finanziare attività illecite.

In Europa, l'incidenza del consumo illecito di sigarette varia da Stato a Stato: il nostro Paese si colloca al 21esimo posto, con una media di circa 6 sigarette illecite ogni 100 fumate; in alcuni casi si supera invece il 15 per cento, come in Irlanda, Grecia e Regno Unito, o addirittura il 20 per cento di Lettonia e Norvegia. Il 5,8 per cento italiano, corrispondente a 4,6 miliardi di sigarette illegali nel 2015, ha causato un «buco» nelle casse dello Stato di circa 822 milioni di euro in mancati introiti erariali, senza considerare le implicazioni che prodotti non garantiti e controllati possono avere per il consumatore.

Sono questi solo alcuni dei dati contenuti nello studio «L'Italia del contrabbando di sigarette. Le rotte, i punti di transito e i luoghi di consumo», curato dai professori Andrea Di Nicola e Giuseppe Espa; studio presentato lo scorso 10 maggio a Roma. Presenti all'appuntamento moderato dal giornalista Marco Ludovico, oltre ai curatori dell'indagine, anche Stefano Dambruoso, deputato e questore della Camera dei Deputati; il procuratore nazionale Antimafia e Antiterrorismo aggiunto Giovanni Russo, cui è stata affidata la prefazione dello studio; il colonnello Luigi Vinciguerra, capo Ufficio Tutela Entrate, III° Reparto Operazioni del Comando Generale della Guardia di Finanza; Enrico Mario Ambrosetti, professore ordinario di diritto penale presso l'Università degli studi di Padova; Alessandro Minuto Rizzo, presidente della Nato defense college Foundation e Alessandro Ricci, segretario generale della Società Geografica Italiana. Hanno partecipato anche il sottosegretario alla Giustizia Cosimo Maria Ferri e l'on. Mario Catania, presidente della commissione parlamentare sulla contraffazione, la pirateria e il commercio abusivo.

Lo studio, realizzato per la prima volta incrociando i più recenti dati disponibili dalle diverse fonti in materia (Sun report Kpmg, Empty pack survey, Mystery shopper, Istat, dati BAT), contiene un'analisi dettagliata di rotte, punti di transito, luoghi di consumo e di sequestro, con un focus inedito e mirato su alcune delle città più rappresentative del fenomeno: ad esempio, a Napoli, la vendita illegale di sigarette è un fenomeno fortemente diffuso e alla luce del sole, con una modalità quasi esclusiva di vendita sulle bancarelle, presenti capillarmente complice il ruolo chiave esercitato dai clan camorristici; molto diffuse sono le illicit white, ossia marchi prodotti lecitamente extra Ue e destinati invece al mercato illecito nei Paesi Ue. A Milano, la maggior densità delle vendite di sigarette illecite si concentra nel centro della città (Navigli, Ticinese, Carobbio, Indipendenza) e spesso, il prezzo dei pacchetti di contrabbando supera addirittura quello delle sigarette legali (ad esempio, per un pacchetto di Marlboro si arrivano a spendere anche 6 euro).

Il mercato è prevalentemente gestito da venditori ambulanti stranieri, a differenza delle città del Sud dove sono quasi sempre italiani. A Bari, le sigarette illecite sono vendute massicciamente in luoghi privati come circoli e abitazioni) soprattutto nel centro cittadino: si trovano sia illicit whites che marchi noti. A Palermo i traffici illeciti sembrano concentrarsi principalmente negli storici mercati rionali, in cui si trovano bancarelle e venditori ambulanti. Anche a Palermo, con prezzi di poco superiori a quelli del mercato nero napoletano, molto diffuse le illicit white.

«Il contrabbando è cambiato, anche rispetto all'immagine romantica che ne avevano dato film storici del Dopoguerra. Un fenomeno che oggi, grazie allo straordinario lavoro delle forze dell'ordine e delle istituzioni e ad una legislazione fiscale equilibrata, è sotto controllo e stabile ma che resta molto elevato: una piaga che può essere vinta solo attraverso un approccio sinergico che impegni sul campo tutti gli attori coinvolti, pubblici e privati. Perciò da anni collaboriamo con governi, forze dell'ordine e organizzazioni per combattere un fenomeno che rappresenta una reale minaccia per tutto il Paese e che rischia di riacutizzarsi», ha dichiarato **Andrea Conzonato**, amministratore delegato di BAT Italia.

Andrea Conzonato, amministratore delegato di BAT Italia

Identikit delle sigarette di contrabbando in Italia: brand, prezzi e rotte

Nel nostro Paese, una sigaretta illecita su due è una illicit white. Queste ultime rappresentano circa il 50 per cento del totale delle illecite e tale dato, sommato a quello relativo al commercio illecito di marchi noti, pari a circa il 34 per cento del totale in Italia, dimostra come il problema sia soprattutto ascrivibile al contrabbando e non alla contraffazione, che è solo circa il 16 per cento dell'illecito totale. In entrambi i casi hanno un peso considerevole i pacchetti di sigarette fuoriusciti illegalmente dal canale duty free: in Italia, le illicit white più consumate risultano essere Regina, Yesmoke e Pine mentre il marchio noto più diffuso nel mercato illecito è «Marlboro» (36,7 per cento), seguito da «Winston (10 per cento) e «Chesterfield» (6,9 per cento).

Incrociando i vari dati disponibili (sequestri GDF e analisi fornite da Sun report e Mystery shopper), si evidenzia come le rotte principali delle sigarette illecite che arrivano in Italia partano principalmente dall'Est Europa (specialmente Ucraina e Bielorussia), dagli Emirati Arabi Uniti, ma anche dal Nord Africa (soprattutto Algeria, Egitto, Libia e Tunisia) e che la causa principale di questi flussi sia costituita dal differenziale di prezzo con il nostro Paese: il prezzo medio di un pacchetto di sigarette in Italia, infatti, supera di più di 4 euro quello di un pacchetto ucraino o bielorusso.

Negli ultimi due anni, in Italia, sia il numero totale dei sequestri che la quantità totale sequestrata hanno avuto un andamento sostanzialmente stabile: i picchi del consumo illecito (primo trimestre 2015 e secondo trimestre 2016) hanno coinciso, però, proprio con gli aumenti di prezzo delle sigarette lecite (+0,20 euro a gennaio 2015 e a maggio 2016), a dimostrazione del fatto che spesso un incremento delle accise sui prodotti del tabacco può innescare un conseguente aumento del consumo di sigarette di contrabbando.

Inoltre, la quasi totalità dei sequestri è stata per quantità inferiori alle 5 tonnellate, secondo una precisa strategia delle organizzazioni criminali coinvolte nel contrabbando: parcellizzare i carichi e utilizzare le automobili per il trasporto, mitigando i danni derivanti dai sequestri della merce che, lo scorso biennio, più frequentemente sono avvenuti nei centri cittadini. Le quantità maggiori sono invece state intercettate nei punti di transito come porti, depositi, arterie stradali, aree di confine: si conferma l'ipotesi che alla base di questi traffici ci siano gli interessi di gruppi terroristici e della criminalità organizzata che finanziano le proprie attività criminali. Le rotte attraverso cui le sigarette illecite arrivano nel nostro Paese sono molteplici: via terra attraversano la frontiera con la Slovenia o il Brennero, via mare dai porti del Nord Africa o dalla Grecia e spesso, sono le stesse rotte anche di altri traffici quali quelli di armi, droga ed esseri umani.

Per il procuratore nazionale Antimafia e Antiterrorismo aggiunto Giovanni Russo «l'Italia è interessata dal fenomeno sia come mercato di destinazione finale sia come area di transito; per fronteggiare il fenomeno, oltre all'uso estensivo di strumenti di aggressione ai patrimoni illeciti, per i quali in Italia abbiamo una legislazione all'avanguardia, occorre anche uno scambio di intelligence più strutturato, che renda più efficace il lavoro della magistratura e delle forze di polizia nazionali ed internazionali».

Un fenomeno radicato nel Sud Italia: a Napoli, è illecito 1 pacchetto su 3

Dall'analisi delle sigarette sequestrate lo scorso biennio, emerge che l'Italia è sia un Paese di transito poiché oltre il 30 per cento delle sigarette acquistate illegalmente risulta destinato al mercato ucraino, sia un Paese di consumo. Il fenomeno risulta particolarmente radicato nel Sud: a Napoli è illecito quasi 1 pacchetto su 3 (28 per cento); seguono Palermo, Giugliano e Salerno. L'unica città del Nord Italia a posizionarsi nei primi posti è Trieste (4,4 per cento), a conferma del ruolo strategico giocato dalle zone di confine nel commercio illegale; seguono Milano e Torino (entrambi 2,1 per cento). Due le cause: con tassi di disoccupazione più elevati si consumano più sigarette illecite e all'aumentare della presenza sul territorio del crimine organizzato, aumenta anche il commercio di sigarette illecite. ■

ANTONIO TURRONI: BEPOOLER, IL NUOVO AUTOSTOP IN UN CLICK PER ANDARE AL LAVORO RISPARMIANDO

a cura di
ROMINA
CIUFFA

È il sogno, avverato, di poter sfrecciare sulla corsia preferenziale mentre la città, all'ora di punta, è in tilt; è il sogno, avverato, di superare il varco attivo delle zone a traffico limitato senza temere multe; è il sogno, non ancora avverato, di fare del bene non solo a se stessi ma all'intera società, più sostenibile, meno inquinata. Visione onirica sì, ma realizzabile: dall'incubo ci si può anche risvegliare. Come in Svizzera

Antonio Turroni, fondatore e presidente di BePooler

L'evoluzione più pura dell'autostop che, passando dal famoso (ed aspecifico) BlaBlaCar, si rende App. Un vero e proprio autostop tra lavoratori, per recarsi in azienda tutti insieme, con un solo veicolo, ed utilizzare il classico dito dell'autostoppista in altro modo: per un click sullo smartphone. E voilà, ecco qui BePooler, puntuale come un orologio svizzero, meglio detto, come una macchina svizzera: perché è in Canton Ticino che nasce, si sperimenta, si fonde con altre realtà e si evolve. Tecnologia al passo coi tempi, ma in «sharing», dunque più che al passo, su quattro ruote.

Quattro ruote sì, ma anche quattro passeggeri sulla stessa vettura: condivisione di spese, e non solo. Ci sono incentivi da parte delle aziende, per cui si possono guadagnare buoni benzina o gomme nuove, e da parte dei Comuni: è il sogno, avverato, di poter sfrecciare sulla corsia preferenziale mentre la città, all'ora di punta, è in tilt; è il sogno, avverato, di superare il varco attivo delle zone a traffico limitato senza temere multe; è il sogno, non ancora avverato, di fare del bene non solo a se stessi ma all'intera società, più sostenibile, meno inquinata. Visione onirica sì, ma realizzabile: dall'incubo ci si può risvegliare.

Anche grazie a BePooler. L'azienda che vi aderisca può riservare posti auto preferenziali per i suoi dipendenti e monitorarne l'utilizzo in tempo reale, l'assegnazione dei parcheggi può essere personalizzata dal mobility manager incaricati, si può acquistare un pannello elettronico da installare nei posti auto riservati che riporta in tempo reale la targa del carpooler che ha prenotato; possono essere forniti rimborsi spese validi per buoni benzina od altro, calcolati in base ai chilometri percorsi e al numero di passeggeri in auto, con la tranquillità di un processo verificato e certificato da BePooler. E l'incentivo dell'azienda andrà ai «carpoolers», non a BePooler. Poi ci sono i Comuni, che possono garantire a tutti i cittadini aderenti una serie di comodità, in questo modo favorendo la vivibilità della città e lo sviluppo di un cambiamento sociale.

Ne parla a Specchio Economico Antonio Turroni, presidente di BePooler nonché, insieme ad altri amici, fondatore.

Domanda. Come vi siete accorti di questo mercato «intoccato»?

Risposta. Siamo partiti da un mercato aggredibile, vedevamo che tutto il mondo del «carpooling» e della mobilità condivisa era molto di moda in tutte le sue declinazioni, da BlablaCar fino a Uber, che è andato ad attaccare il mercato dei taxi. C'era però ancora un «mercato vergine», quello di chi va avanti e indietro al lavoro ogni giorno con la propria macchina - un conducente e quattro posti vuoti - e nulla era stato ancora fatto per ottimizzare questo tipo di spostamento.

D. Concettualmente (e praticamente) potrebbe usarsi anche il BlaBlaCar per andare a lavoro. Che differenza c'è con BePooler?

R. In realtà, in base alla nostra esperienza, sulla lunga distanza il risparmio di benzina è una motivazione sufficiente per dividere l'auto, e questo è stato da sempre il senso del BlaBlaCar. Ma nel quotidiano, dove le percorrenze sono frequenti perché ci si muove tutti i giorni, i tragitti sono brevi, dunque fattibili sul punto delle spese, e ciò induce ciascuno a prendere la macchina per non vedersi privato della propria libertà di movimento. Abbiamo così studiato il fenomeno e siamo giunti ad ipotizzare un incentivo addizionale per i pendolari, che fosse di carattere economico per loro, ma utile anche per l'ambiente e per la società: infatti, condividendo l'automobile, si riducono il traffico, gli incidenti, l'inquinamento. Invece di avere quattro auto per quattro persone, si ha un'auto per quattro persone. Ci siamo allora diretti a trovare un metodo che costituisse un volano, e abbiamo sviluppato una soluzione specifica per i pendolari che garantisse loro non solo il risparmio della condivisione del carburante - in Svizzera mediamente i dipendenti che fanno questa pratica, a persona, risparmiano da 1.200 ai 2 mila franchi all'anno - ma anche un guadagno ulteriore, che fosse incentivante.

D. Chi è disposto a pagare incentivi a questi pendolari?

R. Gli incentivi da noi immaginati e concretizzati sono collegati alle due tipologie di clienti che abbiamo individuato: le aziende con una particolare sensibilità e più attente alla responsabilità sociale d'impresa, le quali possono incentivare attraverso il welfare aziendale i dipendenti che, condividendo l'automobile, implicitamente aiutano l'ambiente; ed i Comuni, che possono incentivare con altre modalità i cittadini che compiono una buona pratica. Perciò abbiamo sviluppato una soluzione sostanzialmente rivolta a queste due tipologie di clienti.

D. Che tipo di incentivi sono dati da aziende e Comuni?

R. Nel privato sono innanzitutto economici: alcune aziende mettono a disposizione buoni benzina, altre garantiscono gomme nuove a coloro che hanno fatto più viaggi, sia come guidatori della propria macchina che come passeggeri che, rinunciando alla propria libertà, collaborano con la società. Il nostro strumento monitora tutti i differenti incentivi dati dall'azienda ai dipendenti che utilizzano questa opzione: attraverso un'App i dipendenti «carpooler» fanno sapere chi va con chi, il luogo di partenza e di arrivo, gli orari, e tutti possono impiegarla, ovviamente, per mettersi d'accordo su ogni tipo di esigenza. Ma dietro all'App c'è tutta la strumentazione che noi conferiamo attraverso la nostra intermediazione. Dal canto loro, i Comuni non mettono tipicamente a disposizione buoni benzina o altri beni, poiché non regalano soldi ai cittadini, invece impiegano incentivi «in natura» che possono essere costituiti, ad esempio, dalla possibilità di transitare nelle Ztl o nelle corsie preferenziali senza essere soggetti a multa. In relazione a ciò abbiamo lanciato un progetto con il Comune di Como, che a fine giornata riceve da noi una lista di targhe autorizzate al transito nelle zone preferenziali per il fatto di aver aderito all'iniziativa. In diversi Comuni, come in quello di Lugano, sono invece riservati dei parcheggi, incluso in una zona di scambio dove i cittadini arrivano con auto in carpooling e da lì possono prende i mezzi pubblici. In questi spazi solitamente è molto difficile e costoso parcheggiare, ma chi utilizza il nostro strumento ha un parcheggio prenotabile e gratuito. Questo è stato fatto in Svizzera, ma ne stiamo discutendo anche con diversi Comuni italiani.

Tre dei fondatori di BePooler: Paolo Mastrobuono, Antonio Turroni e Andrea Moglia

D. Perché partire dalla Svizzera?

R. Per due motivi. Il primo è la densità di traffico automobilistico: nella Svizzera italiana ogni mattina entrano dall'Italia 80 mila transfrontalieri che da Varese, Como ed altre città limitrofe si recano al lavoro con la propria auto, e che la sera con la stessa ritornano a casa. Il secondo motivo è costituito dalla legislazione svizzera, un sistema molto avanzato che da un lato già incentiva aziende e Comuni a compiere pratiche di questo tipo, dall'altro pone forti penali a carico di aziende e Comuni che non lo fanno. La Svizzera è dunque l'ambiente migliore, sotto il profilo normativo, per sperimentare queste politiche sostenibili.

D. Prima che voi entraste nel mercato, dunque, era già presente in Svizzera il carpooling?

R. Sì, ma la differenza che abbiamo fatto sta nello strumento che abbiamo fornito, e che è piaciuto molto. Abbiamo scelto il Ticino come territorio pilota, e dopo un anno e mezzo di sperimentazione molto avanzata abbiamo sviluppato una soluzione, l'unica che ha integrazione con i parcheggi. Ora che l'abbiamo rodata in Svizzera, con una ventina di aziende e circa 2 mila utenti che la usano quotidianamente, la lanciamo già robusta in Italia. Il motivo della scelta svizzera quindi è stato proprio la bontà sperimentale del territorio, sia perché denso di traffico pendolare, sia perché colpito da una legislazione avanzata che già di suo spinge e incentiva la politica di mobilità sostenibile delle imprese e dei Comuni. Pur essendo già esistente l'idea, una soluzione così innovativa come la nostra non ha pari, anche considerati tutti gli elementi di sicurezza che abbiamo inserito.

D. Dal 1° gennaio 2016, avete unito le forze con Pool2Job, già noto nell'offrire soluzioni di «carpooling» aziendale nel territorio del Ticino. Con quali obiettivi?

R. Pool2Job era un'azienda simile a noi nata nella Svizzera ticinese. Ci siamo uniti proprio perché loro avevano avuto l'intuizione giusta ma operavano in quel

mercato senza una soluzione avanzata. Pool2Job ha visto il valore della nostra piattaforma tecnologica, e integrando le nostre componenti siamo diventati leder di mercato nella Svizzera ticinese.

D. Qual è il plusvalore del vostro «carpooling» rispetto agli altri già esistenti nel mondo?

R. Abbiamo molte iniziative. Stiamo lavorando, ad esempio, sul monitoraggio nello stile di guida per poter permettere alle aziende di incentivare non solo il fatto di condividere un'automobile, ma anche di garantire che il guidatore abbia uno stile di guida sicuro. Lo facciamo sia attraverso i feedback, e cioè con una valutazione degli altri utenti, sia attraverso le scatole nere che ci fornisce Viasat, che è anche un nostro investitore, eccellenza europea nei sistemi di sicurezza satellitare che integra le più moderne tecnologie telematiche e IoT: integrandoci con quanto registrato dalla scatola nera dell'auto si potrà avere la valutazione positiva come autisti, ottenere incentivi extra dell'azienda ed anche uno sconto sull'assicurazione auto.

D. In che modo garantite la sicurezza nella guida? E cosa lega BePooler al guidatore?

R. L'utente guidatore deve impegnarsi al rispetto di condizioni di guida sicura come è previsto dalle nostre condizioni, e deve avere un'assicurazione valida; nel caso di incidenti l'assicurazione copre il trasporto dei passeggeri, che a tali fini sono considerati come fossero degli amici trasportati dal guidatore: non si tratta in nessun modo di un'attività lavorativa, quindi l'assicurazione copre ogni tipo di rischio anche per i trasportati.

D. I trasportati pagano la benzina? Come? E in che altri modi partecipano alla condivisione?

R. Ci sono diverse azioni di condivisione della benzina: gli utenti possono pagarla attraverso l'App con appositi borsellini; se non vogliono usare i borsellini si mettono d'accordo alternandosi nella guida. Hanno cioè piena libertà di usare o non usare i meccanismi di condivisione delle spese che noi suggeriamo attraverso la nostra App. L'utente infine può prenotare il ritorno con il vecchio equipaggio, o con un altro equipaggio, anche perché gli orari possono cambiare. In casi di emergenza - certificati e comprovati da noi - in cui chi ha prenotato un viaggio BePooler rimanga a piedi, alcune aziende nostre clienti mettono anche a disposizione un servizio di rientro in emergenza in taxi. In tali casi l'azienda paga le spese del taxi e dà tranquillità al dipendente.

D. Chi non ha la patente può prendere un passaggio?

R. Certo, e c'è un'ampia possibilità di personalizzazione nel decidere gli orari, nello scegliere l'equipaggio. È possibile rifiutare il viaggio con un equipaggio che ha delle valutazioni negative.

Un vero e proprio autostop tra lavoratori, per recarsi in azienda tutti insieme, con un solo veicolo, ed utilizzare il classico dito dell'autostoppista in altro modo: per un click sullo smartphone. Ma c'è altro: gli incentivi sono molti e vari, e il guadagno è effettivo

D. Le aziende che aderiscono all'iniziativa, oltre a prevedere incentivi per i propri dipendenti, pagano per i vostri servizi? È in questo modo che fate fatturato?

R. Per i dipendenti, ossia gli utenti, BePooler è completamente gratuito, mentre le aziende pagano un canone per il servizio che forniamo.

D. Si può fare «carpooling» con i dipendenti di più aziende?

R. Assolutamente sì; sta alle imprese decidere se vogliono una società chiusa o aperta. Tipicamente iniziano con una comunità chiusa, poi pian piano, quando capiscono il potenziale dello strumento, decidono di allargare l'esperienza a una comunità di distretto, e così si comincia a creare un network di gente che lavora nella stessa zona.

D. Un soggetto privato può unirsi?

R. I privati possono farlo l'uno con l'altro come vogliono perché la piattaforma è aperta a tutti. Però se uno di essi è il dipendente di un'azienda che ha aderito all'iniziativa, è la stessa azienda che deve autorizzare a dare un passaggio a un soggetto privato, cioè non appartenente ad essa.

D. In che modo vi rapportate con i «mobility manager» delle varie aziende?

R. Forniamo loro uno strumento per osservare le esigenze di mobilità dei dipendenti, pianificare e monitorare le campagne di incentivo al carpooling aziendale e valutarne i risultati. Il «cruscotto» fornisce una reportistica completa dei viaggi effettuati e delle spese condivise, dell'uso dei parcheggi, del CO_2 risparmiato. Inoltre, permette di ottenere dati aggregati nel rispetto della privacy e dei dati dei dipendenti. Grazie al cruscotto il mobility manager può monitorare e variare le campagne di incentivi e i rimborsi chilometrici. È una figura prevista dalla legge; ogni azienda di una certa dimensione dovrebbe avere una persona addetta a sviluppare le politiche di mobilità dell'azienda; l'importante è fornire ad essa gli strumenti e la formazione adatta, e la nostra missione è proprio questa: spiegare ai mobility manager gli strumenti che hanno a disposizione, alcuni tradizionali, altri più innovativi. Si va dall'incentivare gli abbonamenti al trasporto pubblico, all'attivazione di navette aziendali, o al carpooling come noi lo prospettiamo.

D. BePooler è un'App, ed è una società. Che forma giuridica ha?

R. La start up ha la forma giuridica di una società a responsabilità limitata; siamo nati nel 2015, quindi siamo una start up innovativa a tutti gli effetti. BePooler ha sede a Pontepresa, paese della Svizzera ticinese, ed ora ha aperto una sede anche a Milano, proprio in quanto stiamo lanciando l'offerta sul nostro mercato.

D. È infatti recente la notizia del vostro ingente aumento di capitale, pari a circa un milione di euro, per sostenere il lancio e lo sviluppo dell'attività di carpooling in Italia. Come lo avete finanziato?

R. Abbiamo raccolto capitali freschi attraverso una ventina di investitori presenti e vicini al mondo della mobilità, con la consulenza di una società che rivolge particolare attenzione al settore «automotive & mobility», la Terra Nova Advisers.

D. In quanti lavorate al progetto?

R. La società svizzera nasce dall'iniziativa di una serie di fondatori, peraltro amici, incluso me, tra ingegneri e appassionati di tematiche tecnologiche; oggi, con l'ingresso dei nuovi investitori per lo sviluppo internazionale a partire dal lancio in Italia, sono saliti a bordo partner molto vicini al mondo professionale della telematica, dei quali abbiamo integrato le competenze, e individui che seguono tematiche di mobilità sostenibile individualmente o per grandi gruppi internazionali, così come alcune aziende del settore quali il gruppo Viasat. In questo modo è già partita la fase 2 di BePooler, che si è arricchita dell'apporto di quelle aziende che ci hanno permesso di investire oltre 1 milione di euro per lo sviluppo a Milano e nel mercato italiano, con un team costituito da una decina di persone che lavorano allo sviluppo dell'iniziativa e con partner tecnologici di caratura internazionale. Ad oggi siamo attivi con una ventina di clienti e aziende che ci garantiscono quotidianamente un fatturato stabile, e abbiamo accordi in chiusura con altre aziende, anche di alto livello.

D. La Svizzera è una cosa, l'Italia è un'altra, soprattutto se distinguiamo il settentrione dal meridione, quest'ultimo più «rischioso». Attecchirà l'iniziativa?

R. Penso che avrà un successo significativo, anche se non si avvierà tutto insieme e nello stesso momento. Ci saranno nuclei operativi, gruppi di aziende localizzate in un territorio molto circoscritto, o Comuni delle aree metropolitane che credono nel progetto e lo faranno partire. Questo avrà un effetto di imitazione quasi dirompente per i vantaggi esclusivi che il servizio comporta.

HARRY'S BAR
TREVI

★★★★★

NEW OPENING 2016

Il tuo Hotel nel cuore di Roma

Una location d'eccezione situata su un suggestivo Scavo Archeologico, visitabile gratuitamente, per un soggiorno indimenticabile

Via di San Vincenzo, 10 - 00187 ROMA - Tel. +39 06 69940704

www.hotelharrysbartrevi.com

MERCATO E CONCORRENZA

UN DISEGNO DI LEGGE CHE DA DUE ANNI FA SPOLA TRA CAMERA E SENATO: ECCO DI COSA PARLA E COME INFLUIREBBE

Il lontanissimo 60esimo posto italiano nel mondo

DI FABIO PICCIOLINI

CENTRO STUDI ASSOCIAZIONE ITALIANA ISTITUTI DI PAGAMENTO E MONETA ELETTRONICA

Dovrebbe essere sufficiente l'affermazione seguente: «Concorrenza significa maggiore qualità, minori prezzi», giusta ma del tutto parziale. Concorrenza significa molto di più. È crescita, sviluppo, innovazione, occupazione, superamento (o riduzione) delle diseguaglianze sociali, mercati non drogati, rispetto delle regole, nonché non lasciare spazio a consorterie, a posizioni monopoliste, al capitalismo clientelare

Il disegno di legge per il mercato e la concorrenza, approvato dal Consiglio dei ministri il 20 febbraio 2015, da due anni fa la spola tra Camera e Senato. Una legge, che dovrebbe essere annuale (la n. 99 del 2009), peraltro fortemente depauperata nei contenuti come «denunciato» da Giovanni Pitruzzella, presidente dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Si sperava che, con la «fiducia» posta al Senato, si fosse finalmente giunti alla sua approvazione; invece alla Camera dei Deputati sono iniziate le «solite manovre» tese a rimettere in discussione vari argomenti, confermando come sia una legge, a parole, voluta da tutti, ma, in concreto, avversata in maniera netta.

Prima di sintetizzare i contenuti del disegno di legge come approvati dalla Camera dei Deputati, è necessario approfondire i danni provocati dall'impasse in un Paese come l'Italia, dove parlare di mercato e di concorrenza è spesso un esercizio solo teorico. Sarebbe sufficiente prendere come riferimento l'affermazione: **«Concorrenza significa maggiore qualità, minori prezzi»**. Affermazione giusta ma del tutto parziale. Concorrenza significa molto di più. È crescita, sviluppo, innovazione, occupazione, superamento (o almeno riduzione) delle diseguaglianze sociali, mercati non drogati, rispetto delle regole, ed anche non lasciare spazio a consorterie, a posizioni monopoliste, al capitalismo clientelare.

Queste poche parole non hanno bisogno di spiegazioni: **sono le motivazioni per cui è improcrastinabile una normativa aperta e aggiornata che sviluppi concorrenza e mercati, da quelli storici fino a quelli più innovativi e di recente espansione, proprio per questo, poco regolarizzati.**

Nel merito del provvedimento, senza alcuna volontà di essere esaustivi, è utile affrontare unitariamente i vari comparti.

Le compagnie di assicurazione non potranno più sottrarsi all'obbligo di stipulare la RcAuto. Se l'automobilista dovesse rifiutare la proposta presentata, la compagnia sarà obbligata a predisporre un nuovo calcolo del premio e inviare un nuovo preventivo. Il mancato rispetto dell'obbligo provocherà l'irrogazione di sanzione. Gli intermediari dovranno comunicare i prezzi applicati al Ministero dello Sviluppo economico e all'Ivass utilizzando il preventivatore disponibile sul sito di quest'ultima.

Il premio della RCauto sarà scontato «significativamente» se l'automobilista accetterà di installare la black box che raccoglie le informazioni sullo svolgimento dei sinistri. Ulteriori riduzioni del premio saranno applicate per l'accettazione di clausole antifrode (ad esempio, l'ispezione del veicolo prima della firma della polizza), per l'installazione di dispositivi elettronici che non consentono l'accensione dell'auto nel caso in cui il guidatore con un tasso alcolemico superiore a quello indicato nel codice della strada.

Le spese di installazione degli apparati saranno a carico delle compagnie. Sempre con finalità antifrode saranno ridotti i tempi di comunicazione dei testimoni del sinistro. Con le stesse finalità, per la verifica della validità della copertura assicurativa potranno essere effettuati controlli incrociati sulle banche dati senza obbligo di contestazione immediata da parte delle forze di polizia. Nelle riparazioni, i danni saranno pagati ai cessionari del credito solo con presentazione della fattura da parte dell'officina di autoriparazione.

Per superare e decisioni disomogenee di vari tribunali, è prevista la costituzione della tabella unica nazionale per il risarcimento delle macro lesioni. Per tutte le polizze danni esclusa la possibilità di tacito rinnovo. Una scelta non condivisa dall'Ivass in quanto potrebbe dar luogo a forti difficoltà per gli assicurati in termini di rischio di scopertura e di aumento dei premi a fronte del peggioramento dello stato di rischio.

Per la polizza per la responsabilità civile professionale, è introdotta la possibilità di superare il termine prescrittivo di 10 anni, anche mediante rinegoziazione dei contratti in essere, per le richieste di risarcimento. Gli intermediari dovranno informare il potenziale cliente delle condizioni offerte da tutte le compagnie di cui siano mandatari; la mancata comunicazione potrà dar luogo alla nullità del contratto. Infine, il contratto non potrà essere stipulato a condizioni peggiori di quelle riportate sul preventivo.

Per i fondi pensione complementari, è introdotto il diritto per il lavoratore di ricevere l'anticipo della prestazione, anche in forma di rendita temporanea, in caso di inoccupazione per 24 mesi, con un anticipo fino a cinque anni, rispetto al diritto di accesso alla prestazione pensionistica obbligatoria.

Introdotta la possibilità di versamenti minimi del TFR, ancora da maturare, al fondo complementare. Sarà costituito un tavolo di lavoro per la riforma delle

forme pensionistiche complementari. Semplificate le procedure per la mobilità della domanda della pay-tv, della telefonia fissa e mobile e di Internet, per il recesso e per il passaggio a un operatore diverso con la garanzia di recesso o di cambio gestione in via telematica. Le promozioni non potranno essere superiore a 24 mesi e i costi di uscita dovranno essere proporzionati al valore del contratto e alla durata residua della promozione.

Introdotta la possibilità di utilizzare il credito telefonico per acquistare biglietti del cinema, del teatro e di altri spettacoli con obbligo per i gestori di comunicare all'utente la disponibilità e il residuo del credito.

Per il telemarketing, uno degli argomenti più contestati dai consumatori, **è necessario il consenso esplicito dell'abbonato per proseguire la chiamata;** previsto, per l'operatore, l'obbligo di indicare il soggetto per cui effettua il contatto, lo scopo commerciale o la promozionale del contatto.

Introdotti maggiori obblighi per la **delocalizzazione degli call center in Paesi extra-Ue**, **previsto l'aggiornamento del registro delle opposizioni e l'applicazione di nuovi limiti alla tariffazione delle chiamate verso numerazioni non geografiche al momento della risposta dell'operatore.**

Superato, dal 10 settembre 2017 se sarà rispettato il termine attualmente previsto, il monopolio di Poste Italiane per la spedizione di atti giudiziari e la notifica delle sanzioni e per i servizi relativi alle notificazioni delle violazioni del codice della strada.

Altro argomento «forte» del disegno di legge è il superamento del mercato tutelato dell'energia. Una decisione che potrà riguardare oltre 23 milioni di utenti, già procrastinata al 1° luglio del 2019. Attraverso un portale informatico predisposto dall'Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico (Aeegsi), potranno essere confrontate le offerte sia per l'energia sia per il gas, cosicché gli utenti possano effettuare scelte informate. Entro sei mesi dall'avvio sarà avviato un monitoraggio per verificare l'andamento del «libero mercato». Rinviando l'attuazione a un decreto del Ministero dello Sviluppo economico, per assistere gli utenti svantaggiati o in gravi condizioni di salute, sono modificate le regole per ottenere il bonus elettrico e quello del gas.

L'Aeegsi emanerà le norme in forza delle quali i fornitori di energia e gas dovranno rateizzare le fatture di rilevante importo, determinato da ritardi o interruzioni della fatturazione o dalla prolungata indisponibilità dei dati di consumo. In caso di responsabilità dell'utente, questi non potrà chiedere la rateizzazione.

Taxi, Ncc, farmacie, telefonia, call center e delocalizzazione, telemarketing, impianti di benzina e gasolio e altro, oggetto della legge sulla liberalizzazione

Ulteriori provvedimenti riguardano la tutela dell'ambiente.

Novità anche per il settore finanziario. Per mutui immobiliari e per il credito ai consumatori, assistiti da polizza assicurativa, gli intermediari dovranno offrire due preventivi di differenti gruppi assicurativi che non dovranno essere riconducibili all'intermediario finanziatore. Per le assicurazioni collegate ai mutui, è previsto anche che il cliente abbia la possibilità di scegliere la polizza, mentre se sottoscriverà la proposta dal finanziatore avrà 60 giorni per dare corso al recesso, nel qual caso il contratto mutuo resterà valido.

Gli intermediari dovranno informare la clientela delle commissioni percepite e delle provvigioni riconosciute dalla compagnia assicurativa, sia in termini percentuali sia assoluti.

Infine, **è stata definita la tipicità del contratto di leasing, sino ad ora considerato atipico e non espressamente previsto dal codice civile**; applicando regole già previste per i mutui, il mancato pagamento di sei rate mensili (o durata equivalente) per il leasing residenziale abitativo e di quattro rate per gli altri contratti di leasing, sarà considerato un grave inadempimento che potrà dar luogo alla risoluzione del contratto.

Previsto il contenimento dei costi, a livello di tariffa urbana, per le telefonate relative all'assistenza ai clienti nel settore bancario, assicurativo e delle carte di credito.

I prestatori di servizi di pagamento dovranno consentire la comparazione delle spese attraverso un sito internet.

Nei trasporti pubblici è previsto l'obbligo per le regioni di adottare il servizio di biglietteria telematica attraverso un sito web dedicato. La clientela utilizzatrice di ogni mezzo di trasporto (gomma, rotaia, marittimo) dovrà essere informata dai concessionari e dai gestori dei servizi di linea delle modalità di accesso alla carta dei servizi e delle possibilità di ottenere rimborsi e indennizzi. Per i servizi privati, gli Ncc (noleggio con conducente) potranno riguardare anche i velocipedi.

Anche in Italia è creata, finalmente, l'anagrafe degli impianti stradali di distribuzione di benzina, gasolio, Gpl e metano della rete stradale e autostradale, introdotto l'obbligo di bonifica dei siti di impianti dismessi con accertata contaminazione del terreno, previste misure per lo sviluppo delle smart card e del sistema urbano integrato multifunzionale (scatole nere, piattaforme digitali, ecc.).

Uno specifico capitolo riguarda le professioni. L'avvocato avrà l'obbligo di presentare, all'assistito, senza attendere la sua domanda, un preventivo scritto e suddiviso per le varie voci di spesa. Nelle società costituite da avvocati, i soci di capitale potranno possedere massimo un terzo del capitale sociale e gli avvocati potranno aderire a più di un'associazione professionale. È stato aumentato il numero dei notai: uno ogni 5 mila abitanti, e sono stati definiti alcuni adempimenti finanziari e di controllo dell'attività svolta.

Anche prevista la possibilità di creare società per lo svolgimento dell'**attività odontoiatrica** purché il direttore sanitario sia iscritto all'albo degli odontoiatri.

Le farmacie potranno strutturarsi in società di capitali purché con unico oggetto sociale. La compagine sociale potrà essere composta esclusivamente da persone fisiche iscritte all'albo dei farmacisti, che abbiano conseguito una titolarità o l'idoneità o che abbiano effettuato almeno due anni di pratica professionale; è prevista la possibilità di possederne la proprietà anche alle società di capitali, con il limite del 20 per

cento per Regione. Le farmacie localizzate in comuni fino a 6.600 abitanti potranno chiedere il trasferimento in altro comune della stessa regione. Eliminato il tetto massimo di titolarità di quattro farmacie e la previsione che siano ubicate nella provincia dove la società ha sede legale. Le farmacie convenzionate con il Servizio sanitario nazionale, preavvisando l'autorità sanitaria competente potranno restare aperte oltre gli orari e i turni stabiliti.

I farmaci di fascia H (medicinali utilizzabili esclusivamente in ambiente ospedaliero) e per quelli di fascia C con obbligo di ricetta saranno vendibili solo in farmacia e sono state previste nuove norme sulle modalità di fornitura. I foglietti informativi («bugiardini») dovranno essere consegnati dal farmacista, ove modificati nel caso di vendita di scorte di medicinali.

Infine, **ulteriore intervento riguarda gli alberghi che potranno prevedere sul proprio sito condizioni migliori di quelle concordate con i portali web.**

Nella speranza che questa legge sia rapidamente approvata, **è certo che i ritardi, le cancellazioni, le diatribe fanno ritenere strutturalmente impossibile rispettare l'obbligo di emanarne una ogni anno.** Alcuni studiosi hanno avanzato una proposta che convince in quanto utile per evitare i ritardi: **non prevedere più un'unica legge condivisa da decine di soggetti, ma, sulla base delle indicazioni e con il supporto dell'Antitrust, ogni Ministero, Autorità o altri regolatori dovrebbe presentare la legge sulla concorrenza per i comparti di propria competenza.**

Si potrebbero ottenere almeno due risultati: «marciare» speditamente almeno in alcuni settori e, di converso, avere conoscenza di quelli che non agiscono o almeno agiscono in ritardo con conseguenze negative generalizzate; quindi portare avanti, in maniera più semplice e veloce, quelle liberalizzazioni eliminate, inopinatamente, dal disegno di legge sulla concorrenza in approvazione.

Nell'ultima relazione dell'Autorità, si richiamano la liberalizzazione del commercio e dei servizi, i limiti previsti per lo sviluppo della «sharing economy», il riordino dei catasti, delle reti Tlc, l'eliminazione dell'esclusiva in capo agli avvocati dell'attività extra-giudiziale, l'abrogazione degli obblighi asimmetrici per i nuovi entranti nella gestione dei carburanti, la maggiore apertura per la vendita di quotidiani e periodici e le tante altre soluzioni che potrebbero contribuire fattivamente a rilanciare l'economia e lo sviluppo del nostro Paese, che ancora, nel «Goods Market Efficiency Index» stilato dal World Economic Forum, si trova in un lontanissimo sessantasettesimo posto. ■

POSTE ITALIANE E SIA

REALIZZATA L'APP «EXTRA SCONTI»

Poste Italiane e SIA hanno siglato un accordo che consente ai titolari di carte di debito e carte Postepay di risparmiare facendo la spesa grazie alla nuova app «Extra Sconti». Il tutto si basa su un innovativo servizio di digital marketing sviluppato da Ubiq che, tramite il meccanismo del cash-back, permette ai consumatori di ricevere denaro sul proprio conto corrente per ogni acquisto compiuto nei punti vendita della grande distribuzione di prodotti delle marche presenti nella «vetrina» dell'app Extra Sconti. Questa nuova iniziativa digitale rientra nell'ambito del programma di loyalty Sconti BancoPosta che dal suo lancio ad oggi ha accreditato ai titolari di carte oltre 80 milioni di euro di sconti in cash-back e intende ampliare le possibilità per i titolari delle carte BancoPosta di risparmiare denaro in maniera semplice e immediata ogni volta che fanno la spesa, scegliendo un prodotto tra quelli consigliati in app Extra Sconti. La nuova applicazione Extra Sconti utilizza un sistema, proprieta sfrutta una tecnologia unica di riconoscimento dei dati contenuti negli scontrini di cassa cosiddetti «parlanti» (quelli tipici della grande distribuzione che riportano la denominazione e l'indirizzo del punto vendita, la data di acquisto e il dettaglio dei prodotti, come marca, formato, varietà, quantità e prezzo). Il funzionamento dell'app, scaricabile gratuitamente in versione iOS dall'App Store o in versione Android da Google Play, è molto semplice: Extra Sconti propone con aggiornamenti regolari la «vetrina» di prodotti in promozione sui quali è riconosciuto uno sconto in cash-back; il cliente dopo avere acquistato uno o più prodotti tra quelli in promozione, in qualunque negozio che rilascia scontrini «parlanti», dovrà fotografare ed inviare lo scontrino tramite l'app Extra Sconti. Dopo l'elaborazione delle informazioni presenti nella ricevuta, gli sconti maturati con Extra Sconti si cumuleranno automaticamente con quelli dell'iniziativa Sconti BancoPosta e verranno accreditati sul conto BancoPosta o sulla carta Postepay al raggiungimento di 5 euro di sconti cumulati. ■

LEONARDO

SI RAFFORZA LA PRESENZA NEL MERCATO DEGLI ELICOTTERI

Cresce il successo degli elicotteri di Leonardo nel Regno Unito e in Irlanda. In occasione del Salone aeronautico Ebace di Ginevra, Sloane Helicopters, società di distribuzione dei velivoli Vip AgustaWestland per l'area geografica, ha annunciato nuovi ordini sia per il bimotore leggero GrandNew sia per l'elicottero leggero intermedio AW169. I contratti rappresentano il coronamento di un anno di successi per la collaborazione tra Leonardo e Sloane Helicopters: negli ultimi dodici mesi sono stati venduti sei velivoli dei modelli GrandNew e AW169, tra nuovi e usati, per vari clienti privati in UK e Irlanda. Si tratta di una partnership avviata nel 1995 che ha consentito finora la vendita nell'area geografica di oltre 70 velivoli monomotore e bimotore appartenenti ai modelli AW119, AB206, diverse versioni di AW109 e Grand/GrandNew. Tra i clienti il 32° Squadron della Royal Air Force, responsabile del trasporto, nel Regno Unito e in Europa, dei vertici militari e dei rappresentanti del Governo UK. ■

Il bimotore leggero GrandNew

ARTEMISIA LAB®

RETE DI CENTRI CLINICI DIAGNOSTICI

www.artemisialab.it

i nostri centri romani:

Piazza Fiume
Artemisia Alessandria
Via Piave, 76 - Tel. **06 42100**

Piazza Fiume
Artemisia Alessandria
Via Velletri, 10 - Tel. **06 8413950**

Piazza Bologna
Artemisia Biolevi
Via Squarcialupo, 3 - Tel. **06 44291367**

Appia Colli Albani
Artemisia Chea
Via Sermoneta, 50 - Tel. **06 78178**

Policlinico
Artemisia Studio Lancisi
Via G. M. Lancisi, 31 - Tel. **06 44 088**

EUR Marconi
Artemisia Clinitalia
Via A. Lo Surdo, 42 - Tel. 06 55 185

EUR Marconi
Artemisia Analisys
Via A. Lo Surdo, 40 - Tel. **06 55 185**

Ostia
Artemisia Analisys
Via C. Soprano, 9 - Tel. **06 56 82 798**

Enit, dopo otto anni riapre l'ufficio nella capitale tedesca

L'*ambasciatore d'Italia a Berlino*, **Pietro Benassi**, e il *direttore esecutivo dell'Enit*, **Giovanni Bastianelli**, hanno aperto negli spazi dell'ambasciata una nuova rappresentanza dell'Agenzia Nazionale del Turismo. In collaborazione con la Camera di Commercio, Enit rappresenta il punto di riferimento della promozione della destinazione Italia nella capitale tedesca. L'Agenzia mantiene così la promessa di ampliare la presenza sul mercato tedesco, ritenuto strategico per garantire elevati flussi di incoming in Italia; inoltre, dopo Berlino seguirà l'inaugurazione di un altro ufficio a Monaco di Baviera. La Germania nel 2016 si conferma il nostro principale bacino di origine: gli oltre 68 milioni di pernottamenti hanno generato una spesa turistica pari a 5,7 miliardi di euro (16 per cento sul totale), con un incremento del 4,6 per cento sul 2015, che sale al +6,1 per cento se il viaggio viene effettuato per il solo motivo di vacanza. La spesa pro-capite giornaliera sul territorio nazionale è di 81 euro. Il nostro Paese risulta la seconda meta turistica per i tedeschi con un market share del 7,9 per cento e prima meta enogastronomica. Trentino Alto Adige, Veneto, Lombardia, Toscana e Emilia Romagna sono le Regioni più visitate dal turista tedesco. Basilicata, Umbria, Valle D'Aosta, Trentino Alto Adige e Sicilia sono quelle più apprezzate.

Pietro Benassi e Giovanni Bastianelli

Seychelles, il paradiso in versione budget grazie a KiboTours

Per l'Oceano Indiano sono il top. E anche nella classifica assoluta si piazzano neu primi posti. Sono le isole Seychelles, la cartolina che nell'immaginario collettivo si presenta alla mente pensando a concetti topici come paradiso tropicale. **KiboTours** propone di vivere le Seychelles e tutta la loro incomparabile bellezza con un viaggio dal budget contenuto, scegliendo il soggiorno nelle piccole Guesthouse che offrono tutte le comodità in un'atmosfera semplice e familiare. La formula di soggiorno prevede un prezzo di circa 60 euro a persona a notte, con la mezza pensione. Le Guesthouse sono appena all'interno, la mattina si può decidere se dirigersi sulle spiagge, oppure optare per una escursione verso l'entroterra e le montagne.

Il top management della Carnival-Costa

Carnival Corporation e Gruppo Costa, nuove assunzioni di personale

Il Gruppo Costa e la sua società madre Carnival Corporation, la più grande compagnia di crociere nel mondo, confermano il loro impegno in Italia e in Europa, annunciando circa 4.500 nuove assunzioni di personale di bordo italiano entro il 2022, che sarà impiegato sulle nuove navi attualmente in ordine. In questo modo, Carnival Corporation e il Gruppo Costa arriveranno quasi a raddoppiare il numero di dipendenti italiani presenti a bordo della loro flotta, che attualmente ammonta a circa 5 mila persone. Il Gruppo Costa conferma anche la sua leadership in Europa con circa 3 milioni di ospiti portati in crociera nel 2016, il 13 per cento in più rispetto al 2015. Un ulteriore incremento è previsto nel 2017, grazie all'arrivo di AidaPerla, nuova ammiraglia del marchio AidaCruises. Il Gruppo Costa - che comprende il marchio italiano Costa Crociere, il marchio tedesco AidaCruises e Costa Asia - ha attualmente 27 navi in servizio per un totale di 76 mila letti: la più grande flotta passeggeri battente bandiera italiana. L'Italia è il Paese che trae i maggiori benefici dalle attività del Gruppo, soprattutto attraverso la sede centrale di Genova. «Carnival Corporation è tra i principali investitori esteri in Italia. Dal 1990 abbiamo fatto costruire nei cantieri italiani 68 navi, mentre altre 10 unità sono in costruzione per un investimento di circa 32 miliardi di euro», ha dichiarato **Arnold Donald** è l'*amministratore delegato di Carnival Corporation.*

Da novembre si vola da Fiumicino agli Stati Uniti con la Norwegian

Norwegian, miglior compagnia aerea low-cost lungo raggio al mondo e miglior compagnia aerea low-cost in Europa, ha annunciato l'avvio dei voli a lungo raggio dall'aeroporto di Roma Fiumicino. Dal 9 novembre 2017, il vettore collegherà la capitale d'Italia a New York - Newark con tariffe a partire da 179 euro a tratta, e Los Angeles a partire da 199 euro, (tasse incluse). Inoltre, dal 6 febbraio 2018 sarà possibile decollare da Roma Fiumicino anche alla volta di San Francisco - Oakland, a partire da 199 euro. Nella foto **Bjørn Kjos**, *amministratore delegato di Norwegian.*

DI MASSIMILIANO DONA

PRESIDENTE DELL'UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

SELFIE PUBBLICITARI SUI SOCIAL NETWORK: URGONO REGOLE PRECISE

Internet è diventato una vera e propria miniera d'oro per le celebrity

Come mai Belen Rodriguez ci tiene a far sapere ai suoi innumerevoli fan che beve una nota tisana, Giorgia Palmas, ancora nel letto, mentre abbraccia un cuscino, mette in bella mostra una crema e Anna Tatangelo si premura di far vedere che è una brava casalinga che carica la lavastoviglie con un particolare detersivo per piatti? Gli interrogativi potrebbero proseguire con Melissa Satta, Fedez e tanti altri.

Come mai sempre più celebrity, magari un tempo riservate e gelose della loro privacy, d'un tratto si sono messe a postare sui social network foto a raffica della loro vita privata quotidiana, guarda caso in abbinamento con noti brand? Voglia di condividere o foto sponsorizzate? Desiderio di mostrare ai fan i propri gusti e le proprie esperienze o accordi commerciali con i proprietari dei marchi pubblicizzati?

Abbiamo girato il quesito all'Antitrust, presentando un esposto. Già al tempo di Carosello si faceva un uso smodato di testimonial. Nulla di nuovo, quindi, o di sbagliato. Le aziende hanno solo capito che oltre ai canali tradizionali, come televisioni, giornali, radio, ora si possono utilizzare i social come Facebook e Instagram o il blog della star. Ora i testimonial sono i web influencer. Nulla di male, purché venga dichiarato. Il Codice del Consumo, all'art. 22, prescrive di indicare l'intento commerciale di una pratica.

All'Autorità Garante della Concorrenza abbiamo chiesto, quindi, di accertare «la legittimità di questa sorta di product placement camuffato sui social network», ossia di questa pubblicità indiretta che compare in spazi non prettamente pubblicitari, senza essere segnalata come tale. La pubblicità, specie se «occulta», ha il potere di influenzare inconsapevolmente i consumatori nella scelta di un prodotto o nel giudizio su un brand. Se fatta sul web è in grado di raggiungere una vasta platea di persone. A maggior ragione è efficace se fatta da personaggi che hanno online un largo seguito di followers, spesso adolescenti.

Il problema non è certo il comportamento delle star di internet, ma quello delle aziende che richiedono alle agenzie che gestiscono i vip, di pubblicare, con evidenti finalità promozionali, foto e video su popolari piattaforme social. È bene che una pratica così diffusa sia in Italia che all'estero tra i personaggi più amati dello sport, della moda e dello spettacolo, non si traduca in un inganno per i consumatori e in particolare per gli utenti più giovani della rete.

La speranza è che l'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato individui eventuali responsabilità e comunque solleciti il Parlamento a interessarsi del fenomeno, prevedendo l'obbligo di specificare, accanto all'immagine fotografica, nella sua descrizione o nel post che l'accompagna, che si tratta di contenuti «sponsorizzati».

Sui social network è nata una nuova era pubblicitaria che richiede un nuovo quadro regolatorio: se si promuove di fatto un marchio o un prodotto commerciale noto, il consumatore va informato circa la natura di questo endorsement offerto dagli influencer. In Gran Bretagna e negli Stati Uniti hanno già preso sul serio la questione e la Competition & Markets Authority e la Federal Trade Commission (Ftc), le authority che in quei Paesi si occupano di tutelare il consumatore e la concorrenza, sono già intervenute, richiamando imprese e celebrità e stilando le regole da seguire.

In aprile, l'Ftc, l'agenzia federale statunitense, dopo aver esaminato numerosi post di Instagram, ha inviato più di 90 lettere per ricordare a influencer e marketers che devono divulgare in modo chiaro le loro relazioni con i marchi quando promuovono o approvavano i prodotti attraverso i social media, se non è già chiaro dal contesto della comunicazione. Le linee guida dell'Ftc prevedono di indicare se esiste una connessione materiale tra endorser e advertiser, tra il personaggio che fa uso pubblico del bene e l'inserzionista, come ad esempio una relazione d'affari o di famiglia, pagamento monetario o il dono del prodotto. La regola si applica ad entrambi e il motivo è quello di evidenziare se la connessione può influire sul peso e la credibilità dell'endorsement.

Non solo, l'Ftc entra anche nel merito di come va evidenziata questa connessione: non basta, poi, mettere «#sp», «thanks...» o «#partner». Insomma, la dicitura «sponsorizzato» deve essere chiara, facilmente visibile e comprensibile per i consumatori. Ora auspichiamo che, grazie alla nostra iniziativa, anche in Italia si dica basta alle pubblicità camuffate e si regolamenti la materia della quale, per il momento, si è occupato solo lo Iap, l'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria, con la sua Digital Chart, che però non basta.

Internet è diventata una miniera d'oro per molte celebrity che guadagnano postando foto e altri contenuti che spostano milioni di consumatori. Buon per loro, purché la sponsorizzazione sia dichiarata: è un diritto dei follower di queste star sapere se un post sui social è una comunicazione pubblicitaria! ■

Come mai sempre più celebrity, magari un tempo riservate e gelose della loro privacy, d'un tratto si sono messe a postare sui social network foto della loro vita privata, guarda caso in abbinamento con noti brand? Voglia di condividere o foto sponsorizzate? Desiderio di mostrare ai fan i propri gusti o accordi commerciali con i proprietari dei marchi pubblicizzati? Le aziende hanno solo capito che oltre ai canali tradizionali, come televisioni, giornali, radio, ora si possono utilizzare i social come Facebook e Instagram. Ora i testimonial sono i web influencer. Nulla di male, purché venga dichiarato

E-COMMERCE

CARTASI LANCIA X-PAY

Il nuovo servizio e-commerce di CartaSi consente di attivare, direttamente online e in sole 48 ore, tutte le principali modalità di pagamento su un sito di e-commerce. 500 mila clienti, e crescere con operazioni straordinarie

Attivare tutte le principali modalità di pagamento su un sito di e-commerce, in sole 48 ore e direttamente online: oggi è possibile grazie a X-PAY, il nuovo servizio lanciato da CartaSi insieme alle Banche Partner, rivolto agli esercenti che vogliono cogliere le opportunità offerte dal commercio elettronico, semplificando gli aspetti tecnici e di attivazione.

X-Pay facilita la gestione dei pagamenti online grazie a una piattaforma sicura, flessibile, facilmente integrabile. È una soluzione «chiavi in mano» che permette agli esercenti di rispondere alle ormai consolidate abitudini di acquisto dei clienti, sempre più propensi a comprare sul web: nel 2016 gli acquisti online sono cresciuti del 16,8 per cento, rappresentando il 22,3 per cento del totale della spesa con carta, pari a 22,3 miliardi di euro.

Le Banche Partner di CartaSi, da oggi, hanno a disposizione un servizio innovativo, flessibile, da mettere a disposizione della propria clientela commerciale, che potrà così sfruttare tutte le opportunità di crescita garantite dall'e-commerce.

Le caratteristiche che rendono X-PAY un servizio innovativo e unico sul mercato sono:

UNIVERSALITÀ

X-PAY integra in una sola piattaforma l'accettazione sia dei principali circuiti di pagamento (Visa, Mastercard, Visa Electron, V-Pay, Maestro, American Express, Diners), sia dei più diffusi wallet (MySi, PayPal, MasterPass).

MULTICANALITÀ

X-PAY è ottimizzato per i dispositivi mobile, tablet, desktop, gestisce anche gli ordini pervenuti tramite posta elettronica ed è integrabile con qualsiasi app.

SICUREZZA

La conformità a tutti i protocolli e la disponibilità di sistemi di crittografia e di prevenzione delle frodi garantiscono la massima sicurezza.

Il nuovo servizio offre vantaggi importanti a clienti, esercenti, sviluppatori:

- i clienti beneficiano di un'esperienza d'acquisto semplice e personalizzata: X-PAY permette anche pagamenti ricorrenti (abbonamenti o pagamenti rateizzati) e consente di memorizzare in modo sicuro i dati della carta, velocizzando così il processo di acquisto;
- gli esercenti possono ampliare il proprio business anche all'estero, grazie alla funzione multilingua e al servizio di conversione valuta che permette di pagare in euro o in altre 37 valute, con un tasso di cambio garantito al momento dell'acquisto;
- gli sviluppatori possono usufruire di un supporto tecnico specializzato, di una sezione del sito dedicata e di un'area test, oltre che di plugin che semplificano l'integrazione con le principali piattaforme e-commerce presenti sul mercato.

Infine, la possibilità di personalizzare le pagine di pagamento, scegliendo diverse opzioni, e la disponibilità di un sistema di back office efficiente rendono X-PAY ideale per chi non ha ancora sperimentato l'esperienza dell'e-commerce e vuole sfruttare le opportunità offerte dal commercio elettronico. I dati dell'Osservatorio Acquisti CartaSi, infatti, indicano una forte crescita della spesa online nel 2016 in tutti i principali settori merceologici: dettaglio non alimentare (+44,7 per cento), abbigliamento e calzature (+20,4), informatica e beni digitali (+17,9 per cento), prodotti alimentari (+21,7 per cento), beni per la casa (+4,5 per cento), alberghi e ristoranti (+17,9 per cento).

Per permettere agli sviluppatori di testare il servizio, inoltre, CartaSi ha lanciato il suo primo hackathon: i partecipanti all'evento dovranno confrontarsi nella realizzazione di un sito web che integri il gateway di pagamento X-Pay di CartaSi. Saranno suddivisi in gruppi che si sfideranno in una maratona di due giorni, con l'obiettivo di trovare insieme soluzioni di e-commerce all'avanguardia e creare nuove opportunità di business in un mercato sempre più globale, ma accessibile a tutti. CartaSi selezionerà le richieste di partecipazione all'hackathon pervenute entro il 16 giugno 2017.

IATA | Member

Blue Air
smart flying

Ritrova le tue passioni

NUOVA ROTTA dal 29 giugno

TORINO ✈ TRAPANI

4 voli settimanali

A partire da

31 99€

per tratta, tasse incluse,
posti limitati

In collaborazione con

TORINO AIRPORT
CONNECTED TO

www.blueairweb.com

IRONIA SULLE ANOMALIE NELLA GIUSTIZIA

VINCERE O PERDERE UNA CAUSA È COME FARE LETTERATURA: PERCHÉ IL COLPEVOLE È SEMPRE L'AVVOCATO?

Cos'è, in definitiva, la Giustizia?

DI MAURIZIO DE TILLA
PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE AVVOCATI ITALIANI

Gli avvocati occupano immeritatamente un posto privilegiato nel mondo dei personaggi odiosi. Di solito, la figura dell'avvocato si presta a battute pesanti certamente ingiustificate e la diffidenza nei confronti degli avvocati è molto antica.

Nella seconda parte dell'Enrico VI di Shakespeare, scoppia una piccola rivolta e Dick il Macellaio, seguace del ribelle Jack Cade che vuole essere re, incita i suoi compagni con un grido divenuto famoso: «Per prima cosa, uccidiamo tutti gli avvocati!». Con queste parole, Dick si fa eco di un pregiudizio popolare fortemente radicato nei secoli: gli avvocati sono dei truffatori che rubano alle povere parti in causa. Una nuova società (in questo caso, quella che Jack Cade intende governare) deve cominciare a definirsi eliminando quelli che sono visti come i suoi sfruttatori, personaggi che invece di aiutarli rallentano i procedimenti legali e incassano tassi usurari.

Nel XIX secolo, Dickens immortalò questo pregiudizio nel romanzo «Casa desolata». Qui si descrivono le manovre senza fine dello studio legale Jarndyce & Jarndyce di Londra che finisce col rovinare i propri clienti. Una delle varie trame di questo romanzo di Dickens parla di un'importante eredità che ha atteso nei tribunali per diverse generazioni, finché nell'anno in cui il romanzo si svolge l'intera eredità si rivela consumata dalle spese legali. Qui Dickens cerca di criticare la Court of Chancery d'Inghilterra, le cui attività considerava così nefaste che uno dei personaggi raccomanda a un convenuto in giudizio: «Subisci qualsiasi torto ma non venire qui». Per Dickens, i tribunali sono l'ultimo posto a cui si debba fare appello se si desidera ottenere giustizia.

Così Alberto Manguel nell'articolo «Per il Tribunale degli scrittori il colpevole è sempre l'avvocato» pubblicato su Repubblica. Va sottolineato che la letteratura citata da Manguel è solo minoritaria rispetto a quella esistente. L'altra parte raffigura l'avvocato come il tutore dei diritti dei deboli. Numerosi avvocati sono stati insigniti del Premio Nobel per la Pace. La Cosa che rattrista di più è che non si tiene conto di questa maggioritaria letteratura e che un giudice di valore, qual è Davigo, sposa solo una parte della letteratura, ovviamente quella negativa.

Così Piero Calamandrei ironizza sul processo. Nell'amministrazione della giustizia c'è sempre una sacra rappresentazione: ha il suo cerimoniale (che come quello sacro, si chiama « rito »), i suoi paramenti, le sue formule esoteriche; ha un andamento di dramma, i cui «atti» debbono susseguirsi nell'ordine prestabilito dinanzi al pubblico, intramezzati da qualche preparativo segreto dietro le quinte; ha il suo scenario e i suoi personaggi tradizionali, il pubblico ministero che è il tiranno, il giudice che è il padre nobile, il difensore che fa sempre la parte di primo attor giovine. **I processi somigliano talmente alle commedie, che spesso si son viste nei teatri commedie costituite per intero, dal primo all'ultimo atto, dalla fedele riproduzione di un dibattimento giudiziario**: il pubblico che va a assistere ai processi ha lo stesso animo svagato di chi va al teatro, e lo stesso animo avrebbe ugualmente se domani in piazza ci fosse il carnefice a torturare e a impiccare.

Ma forse in questa sacra rappresentazione c'è qualcosa di ancor più profondo, dal quale essa deriva un'irresistibile, per quanto lugubre, attrattiva: che, cioè, in questo cerimoniale giudiziario è simboleggiato un processo invisibile in cui tutti ci sentiamo coinvolti; chiusi in questa gabbia che è la vita, sotto un'imputazione che non ci è stata notificata, ma che forse è inutile tentar di conoscere, perché tanto sappiamo che, comunque l'istruttoria si svolga, la sentenza finale è già scritta, e solo è differita la pubblicazione. **Il processo dell'esistenza, con le sue spire di incubo, come lo ha sentito Franz Kafka**.

Questo è forse, in fondo, il misterioso istinto che porta gli artisti a guardare gli avvocati e i giudici: come se vedessero simboleggiato in loro l'incontro, che sta al centro di ogni coscienza, tra l'accusa implacabile e la disperata difesa, la spasimante invocazione di una giustizia che si ostina a rimanere in eterno sigillata nel suo silenzio, e questa attesa angosciosa di un verdetto che è poi sempre per tutti, inesorabilmente, di condanna a morte. Proprio questo interno significato sottinteso accresce all'esterno il ridicolo intorno a queste povere creature vestite da avvocati e da giudici, che in realtà sono anche loro, nonostante il travestimento, nient'altro che imputati già condannati in anticipo, e che tuttavia si illudono di poter sul serio amministrare giustizia ai propri simili (*Piero Calamandrei - «Gli avvocati»*).

Un altro spaccato significativo offre il tema della giustizia visto sotto diversi aspetti da Dürrenmatt e da Kafka. Uno degli ultimi romanzi di Dürrenmatt è «Giustizia», in cui racconta la seguente vicenda che si svolge a Zurigo. Il consulente cantonale Kohler entra in un ristorante frequentato da avvocati, giudici e capi della polizia e uccide a revolverate il professor Winter. Commesso l'omicidio, Kohler lascia il ristorante. Quella notte stessa viene arrestato in una sala da concerto e poi condannato a venti anni di reclusione. Kohler, un uomo molto colto e molto ricco, decide allora di affidare il riesame del suo caso a un giovane avvocato perché dimostri la sua innocenza davanti al Tribunale, nonostante i numerosi testimoni del suo crimine. L'avvocato dubita che una tale impresa sia possibile, ma alla fine accetta la sfida e riesce a dimostrare alla corte di Zurigo che il suo cliente non è colpevole. In questo romanzo, Dürrenmatt suggerisce che la nostra idea di giustizia è una finzione che riflette o racconta un archetipo inerente alla condizione umana.

A questa allucinante vicenda che delinea un apporto difensivo forense che esiste solo in letteratura si può aggiungere il pensiero di Kafka che sostiene che la tradizionale disonestà degli avvocati nella letteratura non è se non un'ulteriore prova dell'inefficacia delle nostre azioni, oneste o disoneste, ragionevoli o meno. Per Kafka, l'agire bene o male ha il suo castigo o la sua ricompensa segreta, perché non sappiamo che cosa significa nessuno dei nostri atti nella grande narrazione universale. Il raccon-

to emblematico di Kafka, in cui si riassume la sua nozione della giustizia, si intitola «Davanti alla legge» e Kafka lo incluse nel «processo». Così si legge: «Davanti alla legge c'è un guardiano. Gli si presenta un uomo di campagna che lo prega di farlo entrare nella Legge. Ma il guardiano risponde che ora non gli può concedere di entrare. L'uomo riflette e poi chiede se almeno potrà entrare più tardi. Può darsi, risponde il guardiano, ma per ora no. Le Porte della Legge sono aperte come sempre e l'uomo si china per dare un'occhiata dentro. Quando se ne accorge, il guardiano si mette a ridere: Se ti interessa tanto, prova pure a entrare nonostante la mia proibizione. Bada, però: io sono forte, e sono solo l'ultimo dei guardiani».

L'uomo di campagna non si aspettava tali difficoltà; dopotutto, la Legge dovrebbe essere accessibile a tutti e in qualsiasi momento, pensa. Il guardiano gli dà uno sgabello e lo fa sedere di fianco alla porta. Là rimane seduto per giorni e anni. Molte volte prova ad entrare e importuna il guardiano con le sue richieste. L'uomo, che per il viaggio si è provveduto di molte cose, dà fondo a tutto, anche a ciò che ha di più prezioso. Per tentare di corrompere il guardiano, questi accetta ogni cosa, ma osservando ogni volta: «Lo accetto soltanto perché tu non creda di aver omesso qualche tentativo».

Durante tutti quegli anni, l'uomo osserva senza posa il guardiano. Dimentica gli altri guardiani e solo il primo gli sembra l'unico ostacolo che gli impedisce di accedere alla Legge. Nei primi anni maledice ad alta voce la sua sorte senza curarsi di nulla, poi quando invecchia si limita a brontolare tra sé (...). Infine il lume degli occhi gli si indebolisce ed egli non sa se veramente faccia più buio intorno a lui o se i suoi occhi lo ingannino. Ma in quella penombra scopre uno splendore che erompe inestinguibile dalle Porte della Legge. Ormai non gli rimane più tanto da vivere, prima di morire, riassume tutte le esperienze di quegli anni in una domanda che non ha mal rivolto al guardiano. (...) «Che cosa vuoi sapere ancora?», chiede il guardiano. L'uomo risponde: «Tutti cercano la Legge. Come mai, dunque, in tutti questi anni che ho trascorso qui, nessuno, a parte me, ha chiesto di entrare?». Il guardiano si rende conto che l'uomo sta per morire e per farsi intendere da quelle orecchie indebolite, grida: «Nessun altro poteva entrare qui, perché queste porte erano destinate soltanto a te. Ora vado a chiuderle» (*Alberto Manguel*).

Ma cos'è, in definitiva, la giustizia? Platone osserva che è dalla reale consapevolezza della natura umana che si può arrivare a comprendere cosa sia la giustizia e perché essa sia necessaria per una vita felice. La giustizia è prima di tutto l'ordine tra le parti dell'anima: non un ordine qualsiasi, ma un ordine in cui la parte migliore (quella del desiderio razionale, naturalmente) governi sulle altre, permettendo all'individuo di perseguire gli obiettivi e i fini che veramente gli stanno a cuore. **La giustizia esprime dunque l'equilibrio che permette all'anima di funzionare bene: corrisponde di fatto a quello che la salute è per un corpo: per questo solo un'anima giusta potrà essere felice**.

Ma il giusto non è affatto per natura: gli uomini discutono continuamente tra di loro e cambiano sempre il giusto, e quel giusto che mutino e quando lo mutino, allora ciascuna di queste forme di giusto ha potere sovrano, esistendo per arte e in base alle leggi ma non per qualche natura. Tutto questo è opera di uomini sapienti presso uomini giovani, di prosatori e di poeti, che affermano che la massima giustizia sia ciò in cui uno prevalga con la violenza [...] e per questo motivo sorgono rivolte di coloro che trascinano la vita verso la giusta vita conforme a natura, che in verità consiste nel vivere avendo il potere sugli altri e non essendo schiavi degli altri secondo la legge. (*Platone*)

L'assurdo è che vincere o perdere una causa è come fare letteratura. **Bruno Cavallone** è un avvocato civilista e professore universitario, appassionato di letteratura. Ha scritto un libro (*La borsa di Miss Flite*) che ha riscosso notevole successo. L'autore **ha dimostrato come i principi e le regole della tradizione giuridica alimentino i grandi classici, da Shakespeare a Dickens, da Kafka a Collodi**. Nel volume Cavallone rilegge la reciproca pervasività del diritto nella vita letteraria che è la cifra affettuosa che guida il «tuono» generale delle considerazioni dell'autore. Il passaggio usato per aprire il volume è tratto dal processo - quello al Fante di Cuori di Alice - e suggerisce subito una serena empatia dell'autore con le fonti selezionate e, in definitiva, con la tecnicalità del processo, portando istintivamente il lettore a derubricare il volume dal genere (fortunatissimo) delle Mediazioni del giurista, e ciò sebbene Cavallone della tradizione giuridica sia un rappresentante insigne e il volume prenda spunto da un suo corso universitario.

Il libro è uno studio che riassume una vita di osservazione e di frequentazione fra due dimensioni della cultura - Diritto e letteratura - per più d'un verso interdipendenti: vuoi per l'ovvia connessione tra retorica forense e letteratura, vuoi per l'esigenza del diritto di non staccarsi dall'esperienza, di non ridursi a osservazione formalistica nella quale cesserebbe di essere se stesso. Nell'esigenza pratica si radica, infatti, una tradizione longeva e prolifica di ricerca da parte dei giuristi di narrative, poetiche o drammatiche.

Quello di Cavallone è un ragionamento sugli aspetti esistenziali e culturali del processo, anche quelli mascherati e occultati dalle strutture romanzesche e, proprio per questo, rivolto a una platea non solo specialistica. Come ormai di rado accade, lo sguardo estraneo all'angustia disciplinare, sempre più diffusa nell'accademia italiana, regala felici sorprese. ■

Questo è forse, in fondo, il misterioso istinto che porta gli artisti a guardare gli avvocati e i giudici: come se vedessero simboleggiato in loro l'incontro, che sta al centro di ogni coscienza, tra l'accusa implacabile e la disperata difesa, la spasimante invocazione di una giustizia che si ostina a rimanere in eterno sigillata nel suo silenzio, e questa attesa angosciosa di un verdetto che è poi sempre, inesorabilmente, di condanna a morte

PROCEDIMENTALIZZAZIONE

AZIENDE IN CRISI: IL TRATTAMENTO LEGALE DEGLI AMMINISTRATORI

di LUCIO GHIA

Il libro edito da Thomson Reuters, «Insolvency and directors duties» offre anche quest'anno una panoramica del trattamento legale e giudiziario degli amministratori che si occupano di crisi dell'impresa in molti Paesi. Sull'argomento mi sono confrontato con circa cinquanta giovani professionisti che frequentano il qualificato Luiss «Master B&C Law» organizzato lo scorso mese di maggio dal brillante ed infaticabile avv. Domenico Benincasa, presso la Luiss - Guido Carli di Roma.

L'attenzione alla protezione legale degli amministratori che agiscono in buona fede e nell'interesse dell'impresa, nei vari Paesi viene nel testo descritta con particolare profondità e con approccio pragmatico e ci permette di analizzare e confrontare i sistemi normativi più disparati: Finlandia, Usa, Spagna, Italia, ma anche le Bermuda, l'India, la Cina, il Canada, l'Australia, ecc.

Conoscere per decidere è la regola aurea che applica e compendia questo libro, che pone in risalto come il sistema normativo e giudiziario di matrice anglosassone applicato in molti Paesi che aderiscono a quella larga area culturale, si riveli più favorevole ed aperto nel salvaguardare i diritti e gli interessi degli amministratori in genere, e in particolare di coloro che gestiscono «imprese in crisi». I legislatori e i giudici italiani dovrebbero tenere presenti queste linee di tendenza che hanno realizzato nei fatti la scelta negli ultimi decenni da parte di società multinazionali e di gruppi internazionali d'imprese, dei Paesi di quell'area geografica, quale sede delle loro società e degli uffici centrali, proprio per godere dei benefici assicurati da quelle legislazioni e da quelle giurisdizioni.

Se si pensa ai «bonus» dell'alta dirigenza, dei consiglieri d'amministrazione di tali società che ogni anno vengono distribuiti e spesi nella city londinese, o a Dublino, si può immaginare quale pioggia di milioni di sterline ogni anno cade sugli amministratori, direttori generali, ed altri componenti: le governance di quelle imprese si trasformano in investimenti, acquisti di beni e servizi, che creano benessere diffuso ed occupazione. Ecco un cenno della ricchezza che può essere concentrata in quelle aree, invece che in altre come l'Italia che appaiono più orientate a una generica «criminalizzazione» della ricchezza.

Sarebbe ora di rendersi conto che il «p.m. dietro l'angolo» delle imprese specie se in crisi costa enormemente al Paese in termini complessivi, e generali, perché il sistema normativo così come le risposte giudiziarie, che si susseguono in tema di responsabilità degli amministratori e dei sindaci, non appaiono «competitive» rispetto alle alternative che altri Paesi offrono.

Dopo la Brexit, Milano si candida a diventare il nuovo polo di attrazione delle grandi realtà finanziarie internazionali; andrebbe eliminato almeno uno degli ostacoli maggiori che si frappone al realizzarsi di questa pur legittima, per i progressi organizzativi ed i servizi che offre questa città, che è rappresentato dal timore diffuso della «pesantezza della costante attenzione penale» aggravato dalla multiformità delle sanzioni con le quali gli amministratori devono fare i conti: tra sanzioni delle diverse autorità competenti: la Consob, per gli amministratori di società quotate, la Banca d'Italia, per gli amministratori di imprese bancarie e finanziarie; e ancora la Corte dei Conti nel caso di rapporti dell'impresa con enti pubblici, per non parlare delle azioni civili di risarcimento danni da parte di dipendenti, creditori e soci.

L'avv. Domenico Benincasa

Di fronte a questo quadro, senza dubbio scoraggiante per qualsiasi amministratore, sorge la domanda: non si può fare nulla per migliorarlo? Perché negli altri Paesi con i quali i nostri imprenditori competono, il rischio degli amministratori è più contenuto, valutabile e prevedibile? La parola magica c'è ed è «procedimentalizzazione». Ecco di che si tratta: la giurisprudenza in tema di comportamento incensurabile, consolidata e rispettosa del «precedente giudiziario» ha codificato i percorsi virtuosi che, se puntualmente compiuti dagli amministratori di imprese in crisi, li pongono al riparo da condanne penali e patrimoniali.

Ma a sua volta, codesta giurisprudenza è guidata da indirizzi normativi di matrice sovranazionale, come i principi guida che anche su codesto tema promanano dagli uffici studi dalla Banca Mondiale e/o dal Fondo Monetario internazionale, ovvero dall'Uncitral, la Commissione permanente delle Nazioni Unite per il commercio internazionale che sulla base dell'analisi delle «best practicies» dei Paesi che costituiscono la platea di diversi «working group», ovvero dei comportamenti virtuosi degli amministratori esemplari, con grande pragmatismo e dovizia di esempi, tracciano in sequenza le caratteristiche dell'agire correttamente.

Ovvero non vengono enunciati solo principi astratti come i «duties of care and of lojalty», ovvero gli obblighi di correttezza e di buona fede, o ancora di fedeltà all'impresa il che significa sostanzialmente evitare conflitti d'interesse, ma vengono indicati quasi manualisticamente e in sequenza temporale, cosa va fatto e cosa non va fatto, sulla base indispensabile e preventiva, della concreta ed approfondita conoscenza dell'impresa e della sua situazione critica. Ecco ad esempio alcune preziose indicazioni tratte dalla IV appendice della guida legislativa sull'insolvenza edita dall'Uncitral che si occupa specificatamente della responsabilità degli amministratori di imprese in crisi.

Essi dovranno dotarsi di specifiche analisi effettuate da esperti autonomi ed indipendenti sulla origine della crisi e sulla situazione dell'impresa nell'attualità e non accontentarsi delle rappresentazioni e dei «rappor-

ti» di dirigenti e dipendenti; dovranno accogliere nel Consiglio di Amministrazione, amministratori indipendenti, ovvero non collegati ad alcuno dei soci; dovranno convocare l'assemblea dei soci frequentemente per informarli periodicamente dei risultati economici e produttivi della gestione e delle previsioni nel breve periodo, del piano di riorganizzazione e del suo rispetto; dovranno rendere edotti di questi risultati i dipendenti, i creditori finanziari ed i fornitori; dovranno evitare di porre in essere azioni che possano essere soggette a revocatoria in caso di successivo fallimento; dovranno conservare a «futura memoria» le relazioni dei Consigli di amministrazione e delle riunioni più importanti con i dirigenti della società e potrei continuare.

Come si vede la linea di demarcazione tra questa realtà e quella italiana è basata sulla riduzione se non eliminazione, di valutazioni discrezionali, peraltro effettuate «ex post»; dell'operato degli amministratori. Purtroppo in assenza di questi binari obbligati il giudice nostrano, spesso «creativo», finisce per eliminare le certezze comportamentali, delle quali, invece, vi è bisogno, perché la sua discrezionalità valutativa è libera di esprimersi senza particolari limiti. Infatti, i precedenti vincolanti per i giudizi di merito, sono costituiti solo dalle sentenze della Corte di Cassazione a sezioni unite che, com'è noto nell'esercizio della loro funzione nomofilattica, ovvero interpretativa della corretta applicazione delle norme da parte dei giudici, indicano i principi ai quali i giudici devono attenersi.

Mentre l'interpretazione del fatto, ovvero del comportamento che ha provocato quel danno, ed ancora se da quel comportamento è derivato il danno ascritto all'amministratore secondo il «nesso causale», (quel comportamento è stato causa sufficiente per provocare il danno?), resta affidato al giudice di merito con il solo vincolo della motivazione che se è logica, resta insindacabile anche da parte della Cassazione. Il quadro nel quale ci muoviamo andrebbe semplificato affinché possa trovare piena applicazione la «regola iuris» d'oltreoceano della «judiciary business law», ovvero della presunzione di buona fede e di correttezza che assiste l'operato dell'amministratore per la quale le sue scelte imprenditoriali sono insindacabili, ammenoché la controparte non provi l'assenza di buona fede o di correttezza, ad esempio l'esistenza di un conflitto d'interessi dell'amministratore nel compiere quel determinato atto.

È pur vero di contro, che dal 2015 ad oggi la nostra giurisprudenza ha fatto passi da gigante abbandonando il principio della responsabilità patrimoniale dell'amministratore, che nelle cause civili di risarcimento danni, iniziate dal curatore in caso di fallimento dell'impresa, conduceva ad una quantificazione dei danni, in misura pari all'ammontare dell'intero passivo del fallimento, dedotto l'attivo. Oggi l'amministratore risponde del danno causato con il proprio specifico comportamento. Ma nel frattempo sono trascorsi molti anni, molte risorse personali ed economiche si sono evaporate nell'attesa della decisione di queste cause. Molte professionalità sono state scoraggiate dall'affrontare la sfida del salvataggio di imprese in crisi ed il nostro Paese è sempre al 111 posto nella classifica del Doing Business (Banca Mondiale) per l'indicatore «enforcement contracts», che riguarda l'esecuzione dei contratti, in una parola l'efficienza ed efficacia della nostra giustizia.

I gap che dobbiamo superare sono molteplici e dalle radici profonde. Il legislatore dovrebbe adeguare i tempi della «doppia» normativa di matrice ottocentesca, per cui alla normazione generale seguono, dopo anni, i decreti di attuazione. L'esperienza sovranazionale prevede la concentrazione in un'unica edizione di leggi e regolamenti alternativi. L'enunciato dei principi e la via per realizzarli costituiscono un «unicum», e l'impatto, in termini di efficacia, giuridica e sociale, è vincente.

Certamente la nostra foresta legislativa è intricata e bisognerebbe aprire la strada della semplificazione, della chiarezza e della prevedibilità dell'esito dei contenziosi, a colpi di macete ma, intanto, facciamo ricorso al buon senso perché è giunto il momento di farvi ricorso. Lamentiamo da decenni la lentezza della giustizia e l'insostenibile peso dell'arretrato giudiziario, eppure nelle nostre università si continua ad investire sul diritto del processo innanzi al giudice ordinario, mentre non si dedicano le energie necessarie a formare i nuovi conciliatori, mediatori, arbitri, i quali dovranno favorire e potenziare il ricorso alle Adr (alternative dispute resolutions) ovvero le soluzioni negoziali alternative ai giudizi ordinari, diffuso in altri Paesi, tanto da assorbire l'80 per cento e più del contenzioso (Usa). Questo percorso innovativo costituirebbe senz'altro un buon inizio, visti i risultati registrati altrove.

Fino a che punto la nostra pretesa «diversità» dovrà prevalere sui nostri interessi? Abbiamo davvero bisogno di leggi, anche buone, che non possono essere immediatamente applicate? Di una giustizia negata, visti i tempi inumani delle sue risposte? Perché continuiamo a formare avvocati preparandoli a processi senza fine e con scarsa utilità socio/economica? È arrivato il tempo delle risposte. ■

Vienna. La sede dell'Uncitral

GRUPPO HERA

VALORE CONDIVISO: LA PROSPETTIVA DI HERA SULLA SOSTENIBILITÀ

Hera declina un modello di sviluppo originale e attento alla sfide del futuro, nel quale l'interesse dell'azienda e quello dell'ambiente si saldano in seno a una strategia unitaria che ne valorizza le convergenze

Rendicontare il contributo misurabile di Hera alle priorità locali e globali: è questa una delle principali novità del bilancio di sostenibilità 2016 della multiutility. Tra le prime imprese in Europa a produrre questo tipo di rendicontazione, Hera sposa così la filosofia del cosiddetto «valore condiviso», termine mutuato dagli studi di Michael Porter (in particolare cfr. Kramer & Porter 2011) con il quale si intende il valore creato per l'azienda attraverso attività e progetti che rispondono, nello stesso tempo, ai bisogni espressi della società.

Parole? Nient'affatto. A fronte di un margine operativo lordo totale di 916,6 milioni di euro, infatti, il valore condiviso dello stesso incide per una quota del 33%, pari a 300 milioni di euro, una ricchezza che Hera ha prodotto perseguendo le priorità dell'Agenda globale con cui le Nazioni Unite hanno fissato gli obiettivi da raggiungere entro il 2030. Tanti gli ambiti interessati, alcuni di questi direttamente coinvolti nello sviluppo dell'economia circolare: si va così dalla gestione del ciclo dei rifiuti alle performance del servizio idrico integrato, passando per l'efficienza energetica e le fonti rinnovabili, senza dimenticare l'innovazione e la promozione dello sviluppo del territorio.

Nel riciclo e nel recupero energetico di rifiuti urbani, ad esempio, Hera ha già raggiunto risultati che anticipano gli obiettivi fissati dall'Unione Europea. Scende al 7,6% il ricorso alla discarica (10% l'obiettivo UE al 2030), sale al 64% il riciclo degli imballaggi (65% l'obiettivo UE al 2025), la raccolta differenziata aumenta al 56,6% (ben al di sopra della media nazionale) e oltre il 94% della stessa viene effettivamente recuperato. Altri miglioramenti sono attesi dall'estensione a Triveneto e Marche di HergoAmbiente, l'innovativo sistema di Hera per la gestione completamente informatizzata della raccolta dei rifiuti.

La sede bolognese del Gruppo Hera

Un ulteriore passo in avanti sul fronte dell'economia circolare è rappresentato dalla recente acquisizione di Aliplast, azienda leader in Italia nel riciclo della plastica, grazie alla quale il Gruppo è adesso in grado di «chiudere il cerchio», producendo materiali che possono essere immessi nuovamente nel mercato e spostando così in avanti la frontiera del proprio business, non più limitato ai soli servizi e alle attività di selezione e recupero. Qualcosa di analogo, in questo senso, accadrà a partire dal 2018 con il nuovo impianto di Sant'Agata Bolognese, che produrrà biometano e compost di qualità dalla frazione organica dei rifiuti differenziati raccolti sul territorio.

Nella gestione della risorsa idrica, i fiori all'occhiello sono il piano per la salvaguardia della balneazione di Rimini, l'adeguamento del depuratore di Servola a Trieste e altri interventi migliorativi sui depuratori di Abano Terme (Pd), Cesenatico (Fc), Cattolica (Rn) e Ozzano dell'Emilia (Bo).

Sul versante dell'efficienza energetica, Hera si è posta come obiettivo di ridurre i propri consumi del 5% al 2020. Con i 117 interventi realizzati nel 2016 i consumi del Gruppo si sono già ridotti del 2,6% rispetto al 2013, con un risparmio di oltre 6.100 tonnellate equivalenti di petrolio.

Inoltre, dopo aver ridotto del 10% - nel 2016 - l'impronta di carbonio derivante da produzione di energia, da gennaio 2017 Hera alimenta tutte le attività gestite in Emilia-Romagna utilizzando solo energia elettrica da fonti rinnovabili.

Nel 2016, infine, è salito a 1.729,7 milioni di euro (+4,9% rispetto al 2015) il valore economico complessivamente distribuito sul territorio a lavoratori, azionisti, finanziatori e istituti bancari, pubblica amministrazione e comunità locale, con 560,2 milioni di euro di forniture locali e un impatto occupazionale complessivo pari a 14.500 lavoratori, in cui si inquadra anche il collocamento di oltre 740 persone svantaggiate. A questo si aggiungono progetti importanti sul fronte del welfare aziendale, della sicurezza sul lavoro e della soddisfazione dei clienti.

L'insieme di questi elementi restituisce l'impegno di Hera nella declinazione di un modello di sviluppo originale e attento alla sfide del futuro, nel quale l'interesse dell'azienda e quello dell'ambiente - umano e naturale - in cui essa opera si saldano in seno a una strategia unitaria, capace di valorizzarne le convergenze. ■

Essere sostenibili è una questione di DNA.

Ci sono valori che fanno parte del nostro codice genetico, come la sostenibilità. Da sempre dedichiamo attenzione all'efficienza energetica, alla qualità delle acque potabili, al riciclo e al recupero dei rifiuti. Ogni giorno ci impegniamo ad offrirvi soluzioni innovative volte al benessere di tutti, nel pieno rispetto dell'ambiente che ci circonda.

gruppohera.it/sostenibilita

GRUPPO HERA
acqua energia ambiente

LA PERSONALIZZAZIONE PORTA VALORE NELLA RIVOLUZIONE DIGITALE

Ma cosa sono disposto a pagare? La copia digitale del quotidiano? Non penso proprio, a meno che io abbia un'offerta informativa disegnata su misura sui miei interessi. Avrei bisogno di un servizio iper personalizzato che mi fornisca informazioni veramente utili per il mio business, per i miei hobby, per la mia salute, per gli eventi a cui vorrei partecipare

di Fabrizio Padua

Mi sveglio e controllo Facebook. Leggo le ultime sul quotidiano on line. Chiamo il taxi con l'app. Decido dove andare a cena con le recensioni on line. Prenoto on line albergo e viaggio per il weekend. Uso WhatsApp per mandare un messaggio e anche per fare una telefonata. Prima di uscire controllo il traffico per strada via app. Scelgo, prenoto e pago i posti al cinema on line. Devo andare a Madrid e recupero info su un club storico su Wikipedia per cenare. Consulto il conto corrente e verifico movimenti e saldo on line. Controllo il meteo web per vedere se piove in campagna. Faccio foto e condivido senza andare più dal fotografo. Mando allegato in pdf via mail e non per posta. Faccio esercitazioni a voce per imparare lo spagnolo via app. Vedo un servizio via You Tube e uso la tv sempre di meno. Faccio una camminata veloce e controllo le pulsazioni cardiache e le calorie consumate con l'app ad hoc etc...

Per tutti questi servizi pago un abbonamento mensile per l'accesso alla rete, stop, tutto il resto è gratis. E quindi come ovvia conseguenza nessuna sorpresa se i giornali e le tv generaliste vanno in crisi, le agenzie di viaggi chiudono, i cassieri e gli sportellisti vengono licenziati, i call center si riducono, le biblioteche tradizionali non vendono più da tempo, i negozi di fotografia chiudono, i servizi tradizionali di posta crollano, le aziende di telecomunicazioni vedono i loro ricavi calare drasticamente...

Siamo abituati a non pagare tutti questi servizi che oggi sono considerati gratis sempre e a prescindere, lo consideriamo cosa assolutamente normale. Ma allora come fare business oltre a vendere gli spazi pubblicitari on line, cosa peraltro molto profittevole? Penso che mai come in questa fase storica di pura disintermediazione la parola d'ordine sia

«personalizzazione per dare valore a me individuo», mentre oggi sono sommerso da un volume enorme di informazioni quasi sempre inutili.

Ma cosa sono disposto io a pagare? La copia digitale del quotidiano? Non penso proprio, a meno che io abbia un'offerta informativa disegnata su misura come un sarto sui miei interessi. A oggi sono ancora disposto a subire il fastidio delle pubblicità che compaiono all'improvviso sul video pur di non pagare e leggere i principali titoli. Avrei bisogno invece di un servizio iper personalizzato che mi fornisca informazioni veramente utili per il mio business, per i miei hobby, per la mia salute, per gli eventi a cui vorrei partecipare.

Se avessi un'offerta informativa calibrata, non invasiva che mi desse l'informazione giusta al momento giusto sarei disposto anche a pagare un abbonamento. Oggi i fornitori di servizi recuperano i miei dati in modo più o meno lecito e in modo a me trasparente, poi con una modalità «push» direi abbastanza rozza mi propongono prodotti e servizi che erroneamente pensano siano di mio interesse. I fornitori dei servizi che ho elencato sopra dovrebbero fare un enorme lavoro di micro profilazione (possibilmente senza invadere la mia privacy) integrando dati storici e contestuali e propormi un portafoglio di offerta che in una modalità «pull» potrei scegliere e per il quale sarei anche disposto a pagare una «fee» di importo pari al valore che attribuisco ad avere quelle informazioni in quello specifico momento.

La personalizzazione del servizio e la differenziazione dei prodotti è la chiave di volta per proporre cose utili, farle arrivare dove e quando servono, e se sono veramente utili si usano e se si usano si è disposti a pagare questo «servizio a domicilio digitale». Tanti nuovi posti di lavoro possono nascere nella rivoluzione digitale attorno al «servizio a domicilio digitale», esperti di dati, esperti di marketing digitale e di domanda latente, esperti di comunicazione digitale, informatici, statistici. Ma come riuscire a fornire questo servizio a domicilio in modo efficace ?

Oltre alle analisi dei dati disponibili on line l'uovo di Colombo a mio modesto avviso consiste banalmente nel chiedere direttamente ai potenziali clienti quali sono i settori di interesse, quali le informazioni, con quale frequenza e su quale dispositivo. Spesso basta chiedere... nessuna risposta si può dare ad una domanda mai posta. ■

ALBERTO BRICCETTI, UN IMPRENDITORE CONTROCORRENTE

a cura di GIOVANNI CONTENA

Nella foto, il sarto ed imprenditore Alberto Briccetti

Ha vestito l'avvocato Gianni Agnelli e papa Ratzinger. Oltre a molti imprenditori, professori universitari, attori, politici e giornalisti, meteore sparse un po' in tutti i continenti. Sta ora concentrando l'attenzione sui giovani: «La mia porta è sempre aperta perché vorrei essere utile alle diverse componenti che essi rappresentano». È questa la sua sfida

La grande attenzione dei commentatori appare tutta concentrata sulle dinamiche che caratterizzano i forti scossoni che investono le grandi imprese, nei diversi settori produttivi, del nostro sistema economico. Si individuano le eccellenze, tantissime, che sono capaci di reggere perfino la competizione aspra nel mercato senza confini. Si trascura sovente l'innervatura virtuosa, le piccole imprese, che costituiscono la anomalia della nostra economia e vera spina dorsale dei nostri assetti economici. Fra di esse una rilevanza indiscussa è costituita dalle attività artigiane, da milioni di imprese, certamente piccole. Dànno lavoro. Sono capaci di dare risposte nel versante domestico e sanno allungare il loro impegno nel più vasto scenario del mondo globale. Ne è esempio la moda, uno dei più prestigiosi brand del made in Italy. Accanto ai grandi marchi, vi è un miriade di artigiani, che rende unico e che caratterizza la vivacità e l'intraprendenza imprenditoriale italiana.

Un esempio: Alberto Briccetti, 52 anni, che confeziona camicie e cravatte su misura, insieme ad una vasta gamma di cappelli. Una storia italiana che merita di essere raccontata. Incontro Alberto nel suo punto vendita a Palestrina. Un punto vendita, in verità, un po' diverso da quello tradizionale, perché piuttosto punto d'incontro di questo imprenditore con quanti - e sono tanti - si affidano alle sue mani per avere una soluzione alle loro esigenze. La nostra conversazione è spesso interrotta, ed è una controprova, dal susseguirsi di giovani, ragazzi e ragazze, che varcano la soglia per avere un consiglio su come risolvere specifiche esigenze.

Domanda. Il suo nome è su pubblicazioni italiane, quotidiani, riviste giapponesi ed americane.

Risposta. Ho amici sparsi nel mondo che mi onorano di attenzione.

D. E salta agli occhi una lunga lista di illustri clienti, sovente al «top dei vip».

R. Non mi piace il termine «cliente», non vendo prodotti preconfezionati. Attraverso il mio lavoro, facendo leva sull'identità e la caratterizzazione di artigiano, propongo e realizzo un prodotto che si lega strettamente alle particolarità della singola persona. La soluzione nasce e si sviluppa dal contatto diretto e non da una pur intelligente strategia di market. Non investo in pubblicità. I migliori miei promotori sono, infatti, quelli che ho incrociato e che continuamente incrocio nel mio «peregrinare» nella città di Roma. È vero, ho fatto e realizzo camicie per tanti vip, dei diversi segmenti sociali.

D. Qualche nome?

R. Solo due: l'avvocato Gianni Agnelli e papa Ratzinger. Molti imprenditori, professori universitari, attori, politici e giornalisti, meteore sparse un po' in tutti i continenti. Ma in questi ultimi mesi sto concentrando l'attenzione sui nostri giovani. La mia porta è sempre aperta perché vorrei essere utile alle diverse componenti che essi rappresentano. È la mia sfida.

D. Vuole uscire «dall'orticello»?

R. Il mondo resta il mio orizzonte. Ma le mie radici, ben solide, sono qui. Guardandomi intorno, guardando ai nostri giovani e non solo, colgo uno strisciante quanto prepotente processo di omologazione. Si vestono in modo tutti uguali, a prescindere. La stessa tecnologia spinge in questa direzione, dominata dai messaggi che i social propinano, con una intensità davvero inusitata. Vorrei, al contrario, che quel concetto di vera eleganza e di stile, grande patrimonio del nostro Paese, ritrovasse il suo forte punto di riferimento. So di navigare controcorrente. Del resto sono un artigiano, che deve affermare un suo modello, dove arte e capacità realizzatrice si saldano strettamente. Con una premessa: il made in Italy è un marchio vincente. Dobbiamo far leva sulla valorizzazione della nostra filiera, evitando ogni suggestione che può derivare dal mercato, sempre più globale, omologante ed interconnesso. Nel mio piccolo, tutto il materiale che uso nel mio laboratorio è rigorosamente italiano.

D. Parlava delle sue radici.

R. Alle mie spalle ho una storia lunga. Questa mia attività prende l'avvio nel 1889. Protagonisti due fratelli: Camillo e Giuseppe Coltellacci. Gestivano un bar drogheria con annessa merceria e accessori d'abbigliamento. Prima della seconda guerra mondiale, subentrano nella gestione i figli di Camillo, Alfredo e Giovanni. Con la morte di Alfredo nel 1965 le attività furono scisse, e quella che era inerente all'abbigliamento passò a Virginia, mia madre, figlia di Alfredo. Insieme a mio padre Augusto, rinomato sarto, iniziò la svolta positiva. Nel 1986 il testimone venne affidato nelle mie mani. Avevo vent'anni, e con il saggio supporto di mio padre diedi un'impronta di profondo cambiamento alla nostra attività, decisamente orientata all'affermazione dell'impronta tipica dell'anima artigiana, che ho infuso nel mio quotidiano, duro e intenso lavoro.

D. E per il futuro?

R. Intanto non puntare alla quantità ma alla qualità, e mantenere saldo il criterio dell'attività, rivolta alla persona e non alla sola vendita di un prodotto.Il futuro lo vedo molto difficile. Ho due figlie: Maria, 23 anni all'ultimo anno dell'università, e Ludovica, 17 anni liceale. Non so se saranno illuminate sulla via di Damasco. Mi guardo attorno e vedo solo il deserto, alla ricerca di una possibile oasi. È difficile trovare giovani che guardino ad un comparto come il nostro, che pure salda strettamente passione e creatività. Non ci aiutano le istituzioni che non ci sostengono nella formazione di apprendisti, con costi e adempimenti imposti da una asfissiante burocrazie, del tutto insostenibili da un'impresa come la mia. Eppure, con i miei collaboratori, non demordo e non mi rassegno al declino. Vedremo. ■

CORPI INTERMEDI: UN POSSIBILE ANTIDOTO CONTRO IL POPULISMO

l'opinionista Giorgio Benvenuto

Oggi i corpi intermedi si trovano di fronte ad una stagione di grandi incertezze, di timori sul futuro che generano ribellismi, reclamano la fine dei grandi potentati politici, cercano nuovi modelli di rappresentanza essenzialmente di protesta. **I corpi intermedi vedono venir rimesse in discussione alcune caratteristiche della loro azione: quella di mediazione sociale, quella di unificazione solidale degli interessi, quella di formazione culturale e politica in grado di offrire alla società persone preparate capaci di assumersi responsabilità nei riguardi degli interessi generali.**

La presenza dei populismi non spiega integralmente le difficoltà odierne dei corpi intermedi. Emerge con la globalizzazione, una progressiva individualizzazione degli interessi e delle appartenenze. Una sorta di detonatore per le tradizionali esperienze di rappresentanza che finisce con il cercare di fare piazza pulita di quello che c'è a vantaggio di una vocazione alla democrazia diretta che è uno dei pilastri in Italia dell'affermazione del movimento di Beppe Grillo. Il nuovo Vangelo politico diventa così il rapporto diretto fra popolo e leadership. Anche se poi il «popolo» evocato non di rado appare un'astrazione, utilizzata per contestare i gruppi dirigenti e dare forma politica a un malessere più o meno esteso ma senza approfondirne le ragioni.

I populismi hanno una data di nascita precisa: con la caduta del muro di Berlino e la fine del comunismo, e in contemporanea con l'accelerazione della globalizzazione si sono determinate crisi a ripetizione, i conflitti sono aumentati, i diritti dei lavoratori hanno cominciato ad essere ridotti perché assimilati a privilegi; il welfare, grande conquista del riformismo, ha cominciato a vacillare con l'invecchiamento della popolazione e i margini più ristretti della spesa pubblica. Per non parlare delle successive questioni riguardanti immigrazioni bibliche, l'implosione del mondo mussulmano, i nodi relativi all'energia e alla tutela ambientale.

Il populismo raccoglie in sé due pulsioni antitetiche che escludono entrambe un ruolo per i corpi intermedi: una vena democraticistica (con l'uso diffuso di forme di democrazia diretta attraverso

internet e i social), una tendenza autoritaria e intollerante che vorrebbe sostituirsi alla palese corruzione dei vecchi modi di far politica. Quel che colpisce in particolare è che anche quando questi movimenti populisti compiono passi falsi, il loro consenso fra la gente non sembra diminuire. In contrasto con una delle motivazioni fondamentali che regge i corpi intermedi, vale a dire la convalida democratica del loro agire presso gli iscritti e la platea di coloro che guardano ad essi e ne sono coinvolti.

La spinta verso il populismo trova una delle sue ragioni di fondo nel distacco fra politica e cittadini. In Europa la sudditanza di gran parte della cultura di sinistra e riformista nei confronti del neoliberismo e dello strapotere della finanza ha creato un ulteriore vuoto nelle attese dei ceti sociali più duramente colpiti dalla crisi e da politiche di rigore a senso unico. Ed ha condizionato anche i comportamenti di ceti medi impoveriti. **L'evidente concentrazione della ricchezza in poche mani finisce per indicare il livello di frattura che si è determinato fra i pochi che hanno e i molti che temono di perdere tutto. E la cui protesta investe direttamente le classi dirigenti financo a prescindere dal loro operato e da promesse che non ricreano più alcun tipo di fiducia.**

Il paradosso è che un movimento come i 5 Stelle non solo critica e cerca di demolire il ruolo dei sindacati ma tenta di proporre astutamente il mondo dei social come il modo di essere di corpi intermedi liberatisi di ogni burocratismo e di ogni collateralismo con il potere politico. Il nuovo sociale, insomma: in guerra con lo Stato accentratore che esercita il suo potere con una burocrazia soffocante e inefficiente. E che permette ai partiti e alle forze sociali, come i sindacati, di «occupare odiosamente le Istituzioni, con la loro arroganza, la corruzione, lo spirito di casta».

Sono dell'opinione che sia pericoloso affidarsi solo alla rete. Alla frantumazione sociale che ha disperso interessi e bisogni sia dal punto di vista generazionale che da quello legato al reddito e alla dequalificazione professionale derivante dall'evoluzione tecnologica; non si risponde con dei plebiscitari «si» o «no», con dei tweet più di una volta umorali, con una chiamata alle armi episodica e plebiscitaria. Occorre scavare nelle ragioni più profonde degli squilibri, occorre avere una presenza capillare e continua nei territori e fra le persone, occorre avere strategie e proposte che vanno costruite in modo tale da generare ampi consensi, occorre comunque avere degli intermediari competenti e credibili a far da tramite con i problemi della gente.

Viviamo in un'epoca nella quale non può più esserci una frattura insanabile fra lavoro e capitale. Il terreno di impegno è diventato un altro per mille e una ragione: quello della collaborazione fra impresa e sindacati che non esclude il conflitto ma amplia e di molto gli spazi della partecipazione.

I corpi intermedi hanno superato le vecchie illusioni ideologiche ma faticano a dotarsi di strumenti culturali e di azione nuovi. Guardiamo al logora-

mento di alcuni strumenti di lotta, che pur mantengono validità, come il ricorso allo sciopero. È più difficile motivarlo, realizzarlo e cogliere frutti anche quando l'adesione ad esso è larga. Rischia di isolare il sindacato e quei lavoratori che lo fanno, mentre ieri uno sciopero era motivo di riflessione per tutti e spesso ampliava anche ad altri ceti sociali il consenso. Il cambiamento indotto dalla globalizzazione ha reso più evidenti le rughe di un certo agire, l'affanno nel recuperare progettualità, fantasia, passione. È una constatazione che riguarda non solo i sindacati ma anche le forze imprenditoriali con l'aggiunta per queste ultime che l'incertezza sul futuro dell'economia deprime maggiormente la voglia di rischio, di investire, di crescere. Ma questa constatazione non può sancire la convinzione che debbano essere considerati inutili. Tutt'altro. Queste forze possono e debbono dare ancora molto.

Il sindacato ha il compito più ingrato ma non meno necessario. L'associazionismo, il volontariato sono tuttora favoriti da articolazioni nella vita civile che coprono loro le spalle. Si pensi alle associazioni che agiscono utilmente e con coraggio con il favore delle Chiese per alleviare le tante emarginazioni. Il sindacato appare più solo anche se in Italia come in Europa è stato fautore indiscusso di progresso economico e ha avuto un ruolo importante nel ricostruire la democrazia nell'Europa prostrata dal secondo conflitto mondiale.

In molti dei diritti civili che oggi diamo per naturali c'è l'impronta delle lotte sindacali. Dall'orario di lavoro allo stop allo sfruttamento di donne e bambini, dal salario all'istruzione, dal diritto a contrattare a quello a vedere tutelata la salute. È un continuo rimando fra problemi del lavoro e problemi sociali che ha portato i sindacati italiani a farne un fattore di promozione umana e civile di grande spessore e valore. Questo mondo però, dobbiamo dirlo con franchezza, ha virato verso latitudini del tutto nuove. È cambiato irreversibilmente. Va affrontato per quello che è, senza nostalgie e senza ripiegare su se stessi.

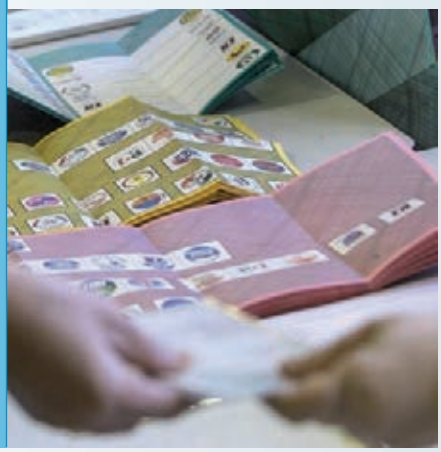
«Il movimento sindacale deve saper guardare in faccia la realtà. Il maggiore sforzo lo deve compiere sul piano strategico. Lo aiuta un fatto: che per sua natura è proiettato verso i risultati»

Il movimento sindacale deve saper guardare in faccia la realtà. Il maggiore sforzo lo deve compiere sul piano strategico. Lo aiuta un fatto: che per sua natura è proiettato verso i risultati. Le sue piattaforme sono valide perché cambiano le cose, ottengono effetti, modificano realtà, sia pure attraverso compromessi. Orari, welfare, contrattazione, fisco, tempo libero, cinque test non aggirabili per comprendere se e come il sindacato saprà far fronte alle sfide che ha di fronte. Può riuscirci ma serve coraggio.

Certo, occorrono altre due condizioni: la prima è che la vita politica ritrovi la forza di interessarsi ai grandi problemi della società. Come non notare che mentre le grandi fedi religiose si muovono, sono punti di riferimento per grandi masse di poveri, rivendicano un ruolo centrale della solidarietà nella formazione di decisioni che riguardano la convivenza nel mondo intero, questo dinamismo e questa vocazione mancano nel mondo laico, si sono perse nella politica. Papa Francesco quando parla di diseguaglianze è credibile, quando ne parla un politico è retorica. Riguadagnare la sponda dei valori è condizione necessaria per restituire alla politica autorevolezza e credibilità.

La seconda condizione riguarda le organizzazioni delle imprese, anche esse in crisi di rappresentatività, molto più prese a lucrare dai Governi elargizioni che non vengono tradotte in risultati conseguenti in termini di crescita, ma povere sul piano della proposta.

«L'assenza di una consuetudine a discutere insieme, a confrontarsi, a cercare di capire le ragioni dell'altro, rende ancora più incomprensibile questa società e provoca quei fenomeni come il voto all'ultimo minuto, sul quale falliscono gli exit poll»



A tutto questo va aggiunta una considerazione. **Il modello di rappresentanza delle organizzazioni sindacali e imprenditoriali è vecchio e superato.** Il pluralismo sindacale e imprenditoriale come lo vediamo rappresentato oggi è ciò che resta della loro esperienza maturata nel secondo dopoguerra ma con un contesto ideologico, culturale e politico ormai inutilizzabile e archiviato anche nella testa di imprenditori e lavoratori.

La memoria storica, la tradizione, i valori di riferimento sono e restano beni importanti. Ma non possono divenire un freno, un ostacolo a immedesimarsi nella modernità. Di conseguenza la pluralità di sindacati ancora presenti sulla scena e di organizzazioni imprenditoriali rischia di divenire anacronistico in assenza di distinzioni davvero marcate e sostenibili. Serve nei due campi un processo di unificazione che potrebbe diventare anche un grande processo di rinnovamento. In Italia un tentativo in campo imprenditoriale si è fatto con l'alleanza fra le associazioni delle piccole imprese, ma è giunto ad un punto morto.

Eppure l'Italia delle piccole imprese, della impresa diffusa è quella che sorregge le sorti economiche. Più del 90 per cento delle imprese italiane sono piccole o medie aziende. Danno lavoro a più del 50 per cento della platea dei dipendenti. Sanno essere presenti sui mercati internazionali e sanno fare innovazione di prodotto. Hanno esigenze comuni, si confrontano allo stesso modo con le Istituzioni, ma non hanno una rappresentanza unitaria come meriterebbero.

Le confederazioni sindacali hanno fatto passi in avanti importanti sulle tematiche che sono fondamentali per garantire un ruolo, ma non riescono ancora a realizzare un vero cammino unitario che potrebbe rimetterle in gioco anche sulla politica economica e sociale del Paese con più forza.

Da ultimo, ma non ultima, si pone una questione di democrazia. Da sempre il riformismo ha coniugato il progresso sociale con i valori di libertà e democrazia. Oggi essi così come sono appaiono logo-

«I corpi intermedi vedono venir rimesse in discussione alcune caratteristiche della loro azione: quella di mediazione sociale, quella di unificazione solidale degli interessi, quella di formazione culturale e politica in grado di offrire alla società persone preparate capaci di assumersi responsabilità nei riguardi degli interessi generali»

rati e non in grado di determinare nuova fiducia. Restare fermi significa imboccare la via della regressione e di probabili avventure autoritarie. Andare avanti significa confrontarsi con il futuro che si vuole costruire per l'Europa, con l'attualizzazione dei valori di una sinistra laica e riformista, con la rigenerazione delle organizzazioni che possono aprire una stagione nuova e non populista.

Per arrivare a questi obiettivi occorre un grande lavoro di studio e comprensione delle dinamiche reali delle nostre società. Sappiamo che non possiamo più contare su una classe sociale di riferimento, ma siamo anche coscienti che non si può assistere impotenti alla disgregazione sociale. **Aristotele diceva che la comunità politica migliore è formata da cittadini della classe media. Oggi sono proprio le classi medie a soffrire della peggiore crisi di identità.** Tutto va approfondito, le battute ad effetto non spiegano quello che avviene e come intervenire. Danno solo una popolarità effimera. Ma per approfondire conoscenze e possibili soluzioni ai problemi delle nostre società non possiamo indulgere nelle contrapposizioni, non possiamo tollerare i meccanismi che escludono ma ripristinare quelli che sanno di inclusione. Non possiamo cavarcela accettando che il criterio da far valere è quello del successo ad ogni costo. Dobbiamo diffidare delle élite che al dunque privilegiano convenienze esclusive. Dobbiamo saper rimettere in gioco la dialettica, le scelte di campo autentiche, il mettersi al servizio di aspirazioni che portano ad una società più stabile per tutti.

Dobbiamo rivalutare il valore della esperienza. Dobbiamo combattere posizioni difensive che non aggrediscono per

paura i nodi da sciogliere. E dobbiamo tornare ad una concezione del governare che guarda al bene comune. Governare non è comandare. Governare è dirigere, decidere, realizzare. Ed è importante che progressivamente si riaccendano le speranze con la convinzione che partecipando alla vita politica e sociale si possano cambiare le cose. Oggi la gran parte dei nostri concittadini nascondono i loro veri sentimenti. In tal modo anche i sondaggi, le previsioni sui loro comportamenti elettorali sono fallaci, e sbagliano. **L'assenza di una consuetudine a discutere insieme, a confrontarsi, a cercare di capire le ragioni dell'altro, rende ancora più incomprensibile questa società e provoca quei fenomeni come il voto all'ultimo minuto, last minute, sul quale falliscono clamorosamente, come si è visto, gli exit poll.** E vanno evitate le guerre per errore, quelle che nascono appunto da mondi che si scontrano senza conoscersi, senza aver avuto il tempo di comprendersi. Senza aver potuto misurare convinzioni e passione nel gestire le proprie idee.

È un grande lavoro, ma qualcuno deve pur farlo. Spetta soprattutto ai giovani dedicarsi ad esso. Con i loro entusiasmi e la loro carica ideale. Ma spetta alle generazioni più mature non chiudere loro gli spazi, non farli vivere con l'incubo che la loro esistenza sarà peggiore di quella di coloro che li hanno preceduti, che hanno prosciugato il lago delle opportunità, che hanno cancellato valori che potevano essere spendibili per rendere migliori le società in cui si vive. Compiti e responsabilità da assumere per dare un senso ad un percorso di costruzione di società più giuste. Nelle quali a guidare la marcia sia ancora e sempre il valore della libertà. Che non è un valore solo individuale. Lo fa capire bene Nelson Mandela quando sostiene che «la libertà è una sola. Le catene imposte ad uno di noi pesano sulle spalle di tutti». Spezzare queste catene resta un compito quanto mai attuale ed entusiasmante. È il sistema migliore per arrestare la marcia dei populismi e per ridare funzioni e smalto alla esperienza storica delle organizzazioni sociali.

I corpi intermedi hanno infatti non solo una sfida da affrontare ma anche una grande opportunità: quella di lasciare il segno nello sforzo di riequilibrare assetti politici, economici e sociali stravolti da tutto ciò che è successo. Restano un segnale di speranza, hanno in loro le capacità per recuperare il terreno perduto. E al loro interno c'è una nuova, giovane classe dirigente che si va formando e che non conosce la parola rassegnazione. I motivi per immaginare un futuro importante ci sono tutti. Ed è un bene per una società che ha bisogno di loro per costruire un futuro migliore. ■

«I populismi hanno una data di nascita: con la caduta del muro di Berlino e la fine del comunismo, e in contemporanea con l'accelerazione della globalizzazione si sono determinate crisi a ripetizione, i conflitti sono aumentati, i diritti dei lavoratori hanno cominciato ad essere ridotti»

Riviera Airport, nuova base nel Mediterraneo

La Riviera Airport, struttura storica aeroportuale in posizione strategica a Villanova d'Albenga (Liguria) e co-exhibitor di Piaggio Aerospace, annuncia la nascita di una base nell'area Nord del Mediterraneo per l'aviazione generale e di business. Il progetto prevede la creazione di una nuova pista di atterraggio e decollo e l'offerta di nuove infrastrutture e servizi esclusivi a prezzi competitivi. La bassa densità di traffico aereo, il trans boarding e la semplificazione delle procedure di controllo e sicurezza garantiscono già oggi la massima discrezione e la possibilità di gestire arrivi e partenze in pochi minuti. Riviera Airport è adiacente all'impianto di eccellenza di Piaggio Aerospace, dove la società progetta, sviluppa e costruisce i propri velivoli, tra cui l'Avanti Evo, l'innovativa terza generazione del P.180 che offre migliori prestazioni di salita, maggior efficienza, consumi ridotti rispetto ai velivoli della sua categoria e la cabina più spaziosa nell'industria di riferimento. «La mia idea è quella di sfruttare il potenziale della pista di atterraggio di Albenga e creare una base moderna per operatori e proprietari di jet nella regione per offrire ai nostri clienti il privilegio di volare secondo le proprie esigenze e tempistiche», ha dichiarato **Clemens Toussaint**, *presidente di Aeropolis*. «L'attrazione di nuovi flussi di una clientela d'élite favorirà le aziende locali e l'indotto turistico, nonché la connessione con luoghi strategici del Mediterraneo. Siamo lieti di dare la meritata visibilità al progetto e siamo pronti a considerare future potenziali partnership con Riviera Airport», ha commentato **Renato Vaghi**, *amministratore delegato di Piaggio Aerospace*.

Renato Vaghi

Clemens Toussaint

illycaffé apre a Milano in via Monte Napoleone

Illy Caffè via Monte Napoleone 19, il flagship store milanese dell'azienda operante nel segmento del caffè di alta qualità, ha inaugurato il suo gourmet all-day-dining presentando la proposta food del nuovo spazio. Un locale aperto tutti i giorni fino alle 23 con un'ampia offerta gourmet studiata per accompagnare la clientela in ogni momento della giornata: dalle prime ore del mattino con la piccola pasticceria, fino a sera con una cucina elegante senza dimenticare il lunch time e aperitivo pomeridiano con piatti leggeri e gustosi. «Ispirato all'heritage dell'autentico bar italiano, luogo sociale per eccellenza, le cui radici affondano nell'Illuminismo e nel caffè letterario, questo nuovo flagship milanese aspira a diventare un punto di riferimento per il 'global nomad' alla ricerca della vera esperienza del lifestyle italiano e dei suoi prodotti di qualità», ha dichiarato **Massimiliano Pogliani**, *amministratore delegato di illycaffè*.

American Express, da sempre vicina al patrimonio culturale

American Express è da sempre impegnata nel sostenere iniziative di valorizzazione del patrimonio architetturale e culturale italiano, con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della conservazione storica e ambientale, attraverso il recupero di monumenti storici. Da ultimo, il progetto di restauro dell'Arco di Giano che si inserisce nell'ambito del World Monuments Watch: il programma mondiale nato dalla partnership tra World Monuments Fund e American Express, lanciato nel 1995, che in oltre vent'anni ha individuato siti del patrimonio culturale, offrendo sostegno tecnico-finanziario per la loro conservazione, preservando così oltre 160 siti archeologici in 70 Paesi. American Express e World Monuments Fund hanno collaborato per il restauro di diversi progetti nel nostro Paese, sostenendo il patrimonio artistico e culturale con una ricaduta positiva sull'economia, consentendo a tutti l'accesso a siti e monumenti che prima erano noti solo agli studiosi. American Express ha creato, all'interno delle attività di corporate social responsibility, «Historic Preservation», che costituisce una parte del programma di mecenatismo dell'azienda e che ha l'obiettivo di proteggere l'ambiente, in modo che possa essere fruito da cittadini e turisti e preservato per le generazioni future. Inoltre, le attività di Historic Preservation sottolineano l'importanza della conservazione storica e ambientale e dei principali siti turistici.

Melissa Peretti, country manager Italia di American Express

Leonardo, nuova protezione dal virus «ransomware»

È stata presentata da Leonardo al Forum PA una soluzione innovativa di cyber intelligence per contrastare minacce di tipo ransomware, il virus che agisce criptando i dati degli utenti e chiedendo un riscatto per rilasciarli. Esempio di ransomware è il cosiddetto «WannaCry», che ha compromesso migliaia di computer con gravi conseguenze, dalla perdita temporanea o permanente di informazioni riservate o proprietarie a danni finanziari e d'immagine. Integrata con la tecnologia Raptor dell'azienda Cyber Intuition, la nuova soluzione consente di fermare la propagazione del virus, intercettando i tentativi di esecuzione e impedendo la crittografia dei dati utente. La soluzione consente, inoltre, il recupero dei dati attraverso una sofisticata metodologia qualora una nuova tipologia di ransomware riesca ad aggirare i sistemi di riconoscimento.

Polo Mercitalia, asse Italia - Europa per logistica e merci

Da dicembre 2017 il Polo Mercitalia produrrà con la propria società TX Logistik Switzerland i servizi di trasporto ferroviario di merci tra la Pianura Padana e il Nord Europa (Belgio, Francia, Germania e Olanda). Una nuova visione strategica con una doppia valenza: da un lato utilizzare in modo efficace gli assi ferroviari del Core corridor europeo Reno-Alpi, il tunnel del Lötschberg e la nuova galleria di base del San Gottardo. Dall'altro servire i clienti con maggiore capillarità, utilizzando gli asset aziendali e valorizzando gli investimenti programmati nel Piano industriale 2017-2026 che prevede investimenti per 1,5 miliardi di euro. Oltre un miliardo per acquisto di locomotive e carri, 100 milioni per i terminal intermodali (potenziamento e valorizzazione impianti di Milano, Brescia e Piacenza), 100 milioni per l'information technology & sicurezza e circa 250 milioni per l'acquisizione di aziende. Il Polo Mercitalia ha già posto le basi per i primi risultati. A febbraio 2017 Mercitalia Rail e TX Logistik hanno avviato l'iter per acquistare, nei prossimi anni, fino a 125 nuove locomotive elettriche (valore 350 milioni di euro), sia per il mercato europeo sia per quello nazionale. Mercitalia Rail e Cemat, inoltre, hanno invece avviato l'iter per acquistare 250 nuovi carri per il trasporto di prodotti siderurgici e di semi rimorchi mega (valore superiore a 20 milioni di euro). Il Polo Mercitalia è stato presentato a Monaco di Baviera da **Renato Mazzoncini**, *amministratore delegato e direttore generale di FS Italiane* e **Marco Gosso**, *amministratore delegato e direttore generale di Mercitalia Logistics* al mondo internazionale della logistica e delle merci presente alla fiera Transport Logistic, la più importante del settore. «Il mercato di riferimento del Polo Mercitalia è l'Europa: per questo abbiamo l'ambizioso obiettivo di servire i clienti contando sulla capacità produttiva interna. Partendo dai terminal italiani i treni raggiungeranno il Nord Europa con una velocità e capillarità decisamente superiori e in linea con gli obiettivi strategici e industriali del Polo», ha dichiarato Marco Gosso. Volano dell'espansione europea del Polo Mercitalia sarà la società TX Logistik guidata dall'amministratore delegato Mirko Pahl, controllata con sede in Germania; l'azienda opera da 20 anni come gestore di trazione su rotaia ed è attrezzata in modo ottimale per la gestione di catene logistiche su scala europea. Il Polo Mercitalia è un unico grande raggruppamento di società del Gruppo FS Italiane che operano nel business del trasporto merci e della logistica. È operativo da gennaio 2017 e sviluppa un fatturato di circa un miliardo di euro all'anno, occupa 4 mila addetti e dispone di una flotta di circa 600 locomotori e 26 mila vagoni. La mission del Polo è quella di rilanciare il business merci del Gruppo FS Italiane, sviluppando soluzioni integrate di trasporto merci e logistica che permettano di valorizzare la modalità ferroviaria.

Renato Mazzoncini e Marco Gosso

In mostra a Foligno la controversa arte di Hermann Nitsch

Il Ciac, Centro Italiano Arte Contemporanea di Foligno, ospita sino al 9 luglio la mostra «Hermann Nitsch O.M.T Orgien Mysterien Theatre (Teatro delle Orge e dei Misteri) - Colore dal Rito», personale dedicata al grande maestro austriaco, esponente dell'Azionismo viennese, dell'Informale e quindi creatore di performance e installazioni molto discusse e rimaste memorabili; la mostra raccoglie circa 40 opere, divise in 9 diversi cicli di lavori, realizzati tra il 1984 e il 2010 e allestite come fossero un'unica grande opera che diversifica la propria offerta espositiva offrendo l'opportunità di incontrare uno tra i maggiori protagonisti dell'arte internazionale della seconda metà del Novecento. La mostra presenta alcune celebri installazioni di Nitsch come «18b.malaktion», «108.lehration», «130.aktion installazione di relitti»; sono esposte inoltre alcune emblematiche stampe su tela come «Die Eroberung Jerusalem», «Ultima cena» e «Tavole di colore».

Hermann Nitsch, «108.lehration» (2001)

Roadhouse: aperto il 100esimo locale a Fidenza (PR)

Otto milioni di clienti l'anno, 2.600 dipendenti, un milioni di soci del Club Fedeltà: sono solo alcuni dei numeri di Roadhouse, la catena di ristoranti di carni alla griglia tutta italiana lanciata dal Gruppo Cremonini, che ha aperto a Fidenza (PR) il 100esimo ristorante. Il nuovo locale è situato fuori il casello dell'A1 di Fidenza, di fronte al Fidenza Village Outlet. Ha 200 posti a sedere, più altri 50 posti nel dehor esterno ed è dotato di un parcheggio con 100 posti auto. I dipendenti sono circa 35, tutti giovani selezionati nella zona del parmense. «Sono particolarmente orgoglioso dell'apertura del nostro 100esimo ristorante proprio nelle 'Terre Verdiane', uno dei luoghi più caratteristici della food valley italiana», ha dichiarato **Vincenzo Cremonini**, *presidente di Roadhouse e amministratore delegato del Gruppo Cremonini.*

Thales Alenia Space si aggiudica un altro premio

Thales Alenia Space, joint venture tra Thales (67 per cento) e Leonardo (33 per cento), è stata insignita del Premio Employer Brand 2017, posizionandosi al primo posto come azienda italiana più attrattiva: il Randstad Employer Brand è un riconoscimento alle grandi aziende che esercitano maggiore attrattività sui lavoratori italiani, sulla base dei risultati di una delle più grandi indagini globale sull'employer branding. «È la terza volta consecutiva che Thales Alenia Space riceve questo prestigioso premio e questo non può che essere un riconoscimento del valore dell'intero sistema aziendale. La suggestione del settore in cui operiamo insieme a fattori quali i buoni risultati della nostra azienda, l'attenzione alla sicurezza del lavoro dei nostri impiegati e ai valori e all'immagine della nostra società, hanno avuto un ruolo fondamentale per il raggiungimento di questo riconoscimento. Quale grande player del settore della ricerca spaziale a livello mondiale siamo ben consapevoli dell'importanza strategica della valorizzazione dei talenti nonché molto attenti alla qualità e al contenuto del lavoro, alla crescita internazionale dei nostri dipendenti», ha commentato **Donato Amoroso**, *amministratore delegato di Thales Alenia Space Italia*. Oggi lo Spazio rappresenta un settore ad elevatissimo contenuto di conoscenza e con una enorme capacità di generare innovazione. In Thales Alenia Space, expertise specializzate sono alla base della strategia di crescita per creare un'occupazione ricca e di qualità capace di rispondere alle esigenze di sviluppo industriale e tecnologico.

Donato Amoroso

PayPal Carica, l'app che dà la ricarica a tutti i telefonini

PayPal ha presentato «PayPal Carica», l'app che fornisce la ricarica di credito telefonico alle Sim dei principali gestori di telefonia. La storia dello sviluppo di PayPal Carica nasce dall'osservazione dei dati per il mobile in Italia, mercato composto per circa l'80 per cento di Sim prepagate, con un'utenza attenta alle offerte promozionali e con un'elevata frequenza di cambiamento del gestore telefonico. Basta scaricare l'app, confermare i propri dati e per acquistare ricariche sarà necessario avere un conto PayPal. L'app può essere collegata alla rubrica telefonica dello smartphone e consente non solo di richiedere la ricarica, ma anche di accettare le richieste di ricarica. «PayPal Carica aggiunge allo smartphone, strumento essenziale del nostro quotidiano, una funzione pratica e importante per tutti gli utenti e per le famiglie italiane in particolare», ha dichiarato **Federico Zambelli Hosmer**, *general manager Italia di PayPal*.

Alla Sapienza di Roma il Rita Levi Montalcini Institute

Il prof. Thomas Südhof, Premio Nobel per la Fisiologia e Medicina 2013, ha visitato i nuovi laboratori del «Rita Levi-Montalcini Institute» Fondazione Ebri, nell'ex complesso ospedaliero Regina Elena dell'Università Sapienza di Roma. «È il tributo migliore che si potesse rendere a Rita Levi-Montalcini, che rimane ancora oggi la 'first lady' della ricerca nel campo delle Neuroscienze. Si tratta di laboratori ultramoderni, espressione delle tecnologie più avanzate in Europa», ha commentato Südhof. «Sono laboratori d'avanguardia della Kotterman realizzati dalla Labozeta, una delle imprese più qualificate nel settore che ha già realizzato laboratori di ricerca nell'Università Sapienza di Roma, il Centro Studi e Ricerche dell'Università Ca'Foscari di Venezia e altri prestigiosi atenei, assicurando il massimo di qualità e sicurezza», ha aggiunto il professore Giuseppe Nisticò, direttore generale dell'Ebri. Vivamente compiaciuto per la realizzazione del Rita Levi- Montalcini Institute è apparso anche il professor **Eugenio Gaudio**, *magnifico rettore della Sapienza*, che considera questo Istituto come uno dei fiori all'occhiello dell'ateneo. Labozeta progetta e costruisce laboratori dal 1983; partner e distributore unico di Köttermann in Italia, è una società per azioni a capitale interamente italiano. Affermatesi come interlocutore privilegiato della comunità scientifica, disegna e realizza il laboratorio avvalendosi di un proprio team di esperti in progettazione e LabDesign in collaborazione con aziende qualificate.

Eugenio Gaudio

Assosomm, in prima linea contro il caporalato

Sanare la piaga del lavoro nero, con particolare riferimento al comparto agricolo, sembra una missione impossibile. È per questo che Assosomm, l'Associazione Nazionale delle Agenzie per il Lavoro, propone una serie di provvedimenti che, se verranno accolti da parte delle Istituzioni, potranno contribuire a sradicare il fenomeno del sommerso e del caporalato. «La nostra è una lista di proposte con le quali desideriamo dare concretezza alle intenzioni; pensiamo sia giunto il momento di ragionare per filiera coinvolgendo tanto gli operatori nel settore agricolo, quanto le aziende della distribuzione chiamate a contribuire alla creazione di un mercato dove il regime di concorrenza non venga falsato dalla violazione delle norme poste a tutela del lavoratore», ha dichiarato **Rosario Rasizza**, *presidente di Assosomm*.

RE/MAX vince il premio «Asso del Franchising»

Per il secondo anno consecutivo, il Gruppo immobiliare in franchising RE/MAX Italia si è aggiudicata il Premio «Asso del Franchising», categoria real estate, promosso da Assofranchising, in collaborazione il gruppo Q&A Research e lo studio Orlandini. Sono state le valutazioni espresse dai consumatori a decretare la vittoria del gruppo immobiliare guidato da Dario Castiglia, che è salito sul gradino più alto del podio, superando Gabetti Franchising Agency, Grimaldi, Solo Affitti e Tecnocasa, le altre reti in franchising giunte nella rosa dei finalisti. RE/MAX Italia è stata quindi protagonista durante la Fiera Franchising & Retail Expo tenutasi a BolognaFiere dove ha presentato il suo modello di business, che prevede che l'agenzia immobiliare diventi un'azienda strutturata, con una crescita assicurata, grazie ad un piano di marketing innovativo e strumenti tecnologici all'avanguardia. «RE/MAX è un sistema vincente

Dario Castiglia

in tutto il mondo, basato sulla collaborazione, l'utilizzo delle più moderne tecnologie e la formazione costante. La formula dello 'studio associato' che proponiamo consente di avere meno costi e più utili, condividendo il listino immobiliare e le proprie risorse. In RE/MAX si è in proprio ma non da soli, e questo permette a tutti di ottenere il massimo dalla propria attività. La crescita costante di RE/MAX, con più di 110 mila agenti associati in oltre 100 nazioni, sono la migliore testimonianza dell'efficacia del sistema», ha dichiarato **Dario Castiglia**, *presidente e co-fondatore RE/MAX Italia*. L'azienda è stata riconosciuta anche da Great Place to Work come una delle 10 migliori aziende in Italia in cui lavorare.

Samsung Wemogee: un'app per parlare con le immagini

Samsung Electronics Italia e Leo Burnett Italia hanno presentato «Samsung Wemogee», la prima app gratuita di instant messaging pensata per permettere ai pazienti colpiti da afasia, e in generale a tutte le persone affette da disturbi legati alla comunicazione verbale, di esprimere idee, attività ed emozioni, con i propri familiari e amici. La nuova è disponibile su Google Play Store per tutti i dispositivi Android, AppStore per device iOS e Galaxy Apps di Samsung. Dotata di una interfaccia semplice e intuitiva, Samsung Wemogee funziona come una sorta di traduttore testo-emoji e viceversa. Il vocabolario dell'app comprende una library di più di 140 frasi relative ai bisogni primari così come alla sfera affettiva con le frasi prevedibilmente più utili per le comunicazioni dei pazienti afasici; queste frasi sono state tradotte in sequenze logiche di emoji e suddivise in 6 macro categorie di riferimento.

Eni-Conoe, accordo per trasformare gli oli esausti in green

Gli oli vegetali esausti diventano biocarburanti; Eni e Conoe, il Consorzio nazionale di raccolta e trattamento degli oli e dei grassi vegetali ed animali esausti, hanno firmato un accordo per favorire e incrementare la raccolta degli oli vegetali che alimenteranno la bioraffineria Eni di Venezia e, dal 2018, quella di Gela. L'accordo consente di mettere in atto un circuito virtuoso di «economia circolare» che si chiude con la trasformazione, nell'ambito di impianti industriali nazionali, degli oli esausti in biocarburanti di alta qualità, valorizzando pienamente una risorsa energetica nazionale. Con la sottoscrizione di questo protocollo, il Conoe s'impegna a invitare tutte le aziende di rigenerazione aderenti al Consorzio a fornire a Eni l'olio esausto raccolto per immetterlo negli impianti della bioraffineria di Venezia, primo esempio nel mondo di conver-

La bioraffineria Eni di Venezia

sione di una raffineria convenzionale in bioraffineria, cioè in grado di trasformare materie prime di origine biologica in biocarburanti di alta qualità. L'impianto dal maggio 2014 produce green diesel, green nafta, green Gpl e potenzialmente anche green jet fuel, alimentato in gran parte da olio di palma, approvvigionato esclusivamente in modo certificato, anche nel rispetto della biodiversità; grazie a questo accordo, l'olio di palma verrà in parte sostituito con oli vegetali esausti e, a breve, anche da grassi animali e dalle cosiddette materie prime advanced, quali l'olio da alghe e da rifiuti, non in competizione con il mercato agroalimentare.

Blue Air annuncia il nuovo volo Torino - Trapani

La compagnia aerea Blue Air ha annunciato il nuovo collegamento diretto Torino-Trapani. La nuova destinazione, che si aggiunge all'ampio network Blue Air da Torino, verrà operata a partire dal 29 giugno con 4 frequenze settimanali - martedì, giovedì, sabato e domenica. Con il nuovo volo per Trapani sono 104 le frequenze settimanali complessive operate da Blue Air dall'Aeroporto di Torino. Inoltre, rispetto all'estate 2016, la compagnia aerea ha incrementato le frequenze settimanali verso alcune delle destinazioni già servite: Lamezia, Catania, Alghero, Bari. Inoltre dalla base di Torino Blue Air effettua collegamenti diretti, oltre alle destinazioni sopracitate, verso Bacau, Bucarest, Berlino (Tegel), Copenaghen, Iasi, Ibiza, Lisbona, Londra (Luton), Madrid, Malaga, Napoli, Palma di Maiorca, Pescara, Roma Fiumicino e Siviglia.

Monitoraggio 2016 sulla tutela dei prodotti Dop e Igp

Pizze e altri prodotti con riferimenti alla mozzarella di bufala campana Dop sul mercato tedesco senza autorizzazione, abuso del termine «parmesan» e «aceti balsamici» in Inghilterra e Francia, prosciutto di Parma affettato fuori dalla zona di origine (Olanda), diversi utilizzi illeciti del termine Grana ed evocazioni come «Perisecco» e «Più Secco». Questi alcuni dei risultati delle attività di monitoraggio dei mercati svolte dai principali Consorzi di tutela dei prodotti Dop e Igp nel corso dello scorso anno. L'importanza del monitoraggio per la tutela dei prodotti Dop e Igp in Europa è stato il tema al centro della conferenza che si è tenuta nella sala stampa della Camera dei Deputati a Montecitorio, organizzata dal Consorzio Tutela Grana Padano Dop, Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena Igp, Consorzio Formaggio Parmigiano Reggiano Dop, Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana Dop, Consorzio Prosciutto di Parma Dop e Consorzio Tutela Prosecco Doc in collaborazione con la Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione, della pirateria in campo commerciale e del commercio abusivo. La normativa comunitaria è stata aggiornata anche sulla base delle pressioni italiane che chiedevano maggiori tutele per i prodotti Dop e Igp in tutta Europa. È stata introdotta la tutela ex-officio; si tratta dunque di alimentare questa nuova forma di protezione, compiendo un monitoraggio a tappeto dei punti vendita in tutta Europa. Sinergia tra i Consorzi e coordinamento costante con l'Ispettorato Centrale Repressione Frodi del Mipaaf, soggetto individuato per l'Italia a gestire queste problematiche. Un lavoro che nel biennio 2016/2017, contempla oltre 990 visite nei punti vendita di nove Paesi europei, 5 mila controlli e circa 24 mila referenze. Le attività di monitoraggio e tutela in un comparto che solo in Italia conta 291 registrazioni (vini esclusi) su un totale di 1.380 europee e numeri importanti, sono strumenti indispensabili per una crescita sostenibile: il valore al consumo della produzione certificata del totale comparto food delle IG italiane ammonta a 13,3 miliardi di euro.

Stefano Vaccari, capo Dipartimento dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari; Stefano Berni, direttore generale del Consorzio di Tutela Grana Padano; Mario Catania, presidente della Commissione parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione; Paolo Russo, membro della Commissione parlamentare d'inchiesta sui fenomeni della contraffazione; Luca Bianchi, capo Dipartimento delle Politiche Competitive, della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca del ministero dell'Agricoltura

e-GEOS fornirà il servizio Copernicus per aiutare l'Europa

Il Centro Satellitare dell'Unione Europea (SatCen) ha assegnato un contratto, di un importo massimo fino a 7,5 milioni di euro, per la fornitura del servizio Copernicus a supporto della External Action Geospatial Production della Ue a un consorzio di aziende europee guidato da e-GEOS, una joint-venture tra Telespazio (80 per cento) e Agenzia Spaziale Italiana (20 per cento). Attraverso questo servizio, e-GEOS assisterà il SatCen nel supportare l'Unione Europea nelle sue operazioni di sicurezza, fornendo informazioni georeferenziate su aree critiche remote e difficilmente accessibili, sotto osservazione per questioni di sicurezza. Per assicurare la produzione di grandi quantità di immagini come richiesto dal contratto, e-GEOS guiderà un consorzio europeo che comprende le aziende Gaf e Telespazio Iberica - entrambe parte del gruppo Telespazio (joint venture tra Leonardo 67 per cento e Thales 33 per cento) -, Airbus Defence and Space, Gmv, Iabg e Sirs. «Siamo onorati di guidare una squadra industriale europea così rilevante a sostegno del SatCen della Ue, uno dei più importanti enti delegati della Commissione Europea. Con questo contratto, e-GEOS, insieme ai suoi azionisti industriali, Telespazio e Leonardo, conferma la propria leadership quale fornitore di servizi nell'ambito del programma europeo Copernicus e l'importanza di stabilire forti e preziose partnership con i principali operatori per fornire i migliori servizi all'Unione Europea», ha dichiarato **Massimo Comparini**, *amministratore delegato di e-GEOS*.

Massimo Comparini

Dall'aeroporto di Torino la lettura prende il volo

La lettura invade l'Aeroporto di Torino e supera un altro confine: quello delle distanze, portando i libri in giro per il mondo. Grazie alla nuova postazione di BookCrossing nell'area partenze, tutti i passeggeri possono godere del piacere della lettura in attesa del proprio volo scegliendo tra gli oltre 100 titoli messi a disposizione dalla Libreria Luxemburg: testi di scrittori contemporanei, grandi classici anche in lingua originale e libri dedicati a lettori di ogni età. I passeggeri potranno lasciare il loro libro e prendere in cambio un volume da portare con sé durante il volo, facendo così viaggiare la letteratura di destinazione in destinazione. La nuova piazza commerciale situata in sala imbarchi, dov'è collocato lo scaffale progettato per il BookCrossing, si arricchisce così di un'offerta culturale che completa l'esperienza aeroportuale dei passeggeri.

Snam, progetto di agricoltura sociale «orto nella rete»

Quasi 4 tonnellate di verdura prodotta nel 2016, di cui oltre 1.900 chilogrammi destinati alle mense scolastiche e più di 1.700 ai gruppi d'acquisto, per una produzione media di 95 chilometri a settimana in 9 mesi di lavorazione. Sono alcuni numeri del progetto «Un Orto nella Rete», promosso da Snam a Terranuova Bracciolini (Arezzo) e sviluppato dalla Cooperativa Sociale Onlus Betadue, per produrre ortaggi a chilometro zero favorendo l'inclusione lavorativa di persone socialmente svantaggiate. Le immagini più belle e rappresentative dell'iniziativa, scattate dal fotografo del Guardian Christian Sinibaldi, sono state raccolte in un volume che racconta - attraverso lo storytelling di Luca Testoni - un progetto nato per sostenere, attraverso gli asset di Snam, lo sviluppo economico e sociale dei territori attraversati dalle sue infrastrutture. Il libro, che si inserisce nella collana Sentieri Sostenibili promossa da Snam per far conoscere l'impegno dell'azienda sul fronte della tutela ambientale e della sostenibilità, è stato presentato lo scorso maggio al Salone Internazionale del Libro di Torino in occasione del lancio dell'iniziativa «Letti di Notte», organizzata dall'associazione Letteratura Rinnovabile. La presentazione ha offerto l'occasione per illustrare il progetto a valore condiviso lanciato nel 2015, quando Snam ha concesso in comodato d'uso gratuito a Betadue quattro ettari di terreno coltivabile confinante con l'impianto di compressione del gas di Terranuova Bracciolini, assicurando anche la fornitura d'acqua per l'irrigazione e l'elettricità per il funzionamento dei macchinari.

Marco Alverà, amministratore delegato di Snam

Ansaldo Energia, contratto di service negli Emirati Arabi

L'Asia Gulf Power Service Company ha assegnato ad Ansaldo Energia un contratto di service per le centrali «Taweelah Initial B» e «Initial B Extension», situate nel sito di Taweelah Power and Water Complex, a circa 70 chilometri da Abu Dhabi. La centrale Taweelah B fornisce all'Emirato di Abu Dhabi una potenza di 2 mila megawattora e una produzione di acqua pari a 160 milioni di galloni imperiali al giorno. Il contratto con Ansaldo Energia richiede la presenza permanente di personale per la manutenzione, da fornire in loco, e copre tutte le revisioni programmate solo per gli impianti IB e IBE di Taweelah; la nuova centrale, New B Extension di Taweelah B, non è compresa. La centrale elettrica Taweelah IB è composta da sei turbine a vapore Alstom accoppiate a sei generatori ABB, mentre la centrale Taweelah IBE comprende due turbine a gas GE Frame 9E, una turbina a vapore GE e tre generatori GE.

A2A e Nissan: un accordo per la mobilità elettrica

A Milano piace la mobilità elettrica; l'utilizzo dell'automobile alimentata ad energia verde conquista sempre più il gradimento dei cittadini milanesi, in virtù del successo del programma urbano di infrastrutture per la mobilità elettrica e la ricarica rapida dei veicoli avviato lo scorso anno su iniziativa di A2A, Nissan e Comune di Milano. È trascorso un anno dall'installazione delle 13 Colonnine Fast Charge che Nissan ha progettato e fornito e che A2A ha integrato nel proprio sistema di gestione della ricarica, un'infrastruttura all'avanguardia per la città di Milano. Durante questo anno l'apprezzamento dei milanesi è dimostrato dai dati: presso la nuova rete di ricarica rapida infatti sono state effettuate 10 mila ricariche, con un prelievo pari a 140 megawattora: tradotto in distanze, significa circa 850 mila chilometri percorsi con energia 100 per cento rinnovabile fornita da A2A Energia. La collaborazione fra A2A e Nissan ha inoltre aggiunto un altro importante tassello a conferma del forte impegno nello sviluppo della mobilità elettrica: Nissan infatti fornirà 50 veicoli 100 per cento elettrici a Unareti, la società unica per i servizi a rete del Gruppo, che amplierà ulteriormente la flotta di veicoli green di A2A. I 50 veicoli elettrici sono Nissan e-NV200 - che sfrutta lo stesso powertrain di Nissan Leaf - in allestimento furgone che verranno utilizzati per la manutenzione della rete infrastrutturale.

Una colonnina per le ricariche

Un premio per la Postepay Evolution, la carta «tuttofare»

Postepay Evolution, la carta prepagata ricaricabile di Poste Italiane con le principali funzioni di un conto corrente, si è aggiudicata il premio «OF-Miglior Prepagata 2017». Dotata di un codice Iban per garantire una gamma completa e integrata di servizi che si aggiungono alle tradizionali funzioni della prepagata, è uno strumento di pagamento innovativo e un vero e proprio conto corrente tascabile. È infatti possibile inviare e ricevere bonifici, domiciliare le utenze, accreditare stipendi ed eseguire pagamenti o ricariche telefoniche. Consente di fare acquisti in Italia e all'estero con i punti vendita convenzionati Mastercard, acquistare nei negozi anche in modalità contactless semplicemente avvicinando la carta al lettore Pos, effettuare pagamenti online in sicurezza; la prepagata può essere gestita in mobilità con la nuova App Postepay.

Viasat, rafforzata la presenza nel mercato europeo

Viasat Group, eccellenza italiana operante nel mercato europeo dell'Internet of Things, ha annunciato l'acquisizione della società EuroGPS, azienda attiva in Bulgaria, Macedonia e Serbia nella commercializzazione di sistemi elettronici, piattaforme software, servizi e big data similari a quelli della società acquirente. Con l'ingresso nel Gruppo, EuroGPS prenderà il nome di Viasat Technology ed entrambe le società beneficeranno del know how condiviso e di sinergie nell'innovazione, nello sviluppo e nella produzione che riguarderanno l'intero Gruppo. EuroGPS, oggi Viasat Technology, è infatti un operatore nato all'insegna dell'Internet of Vehicles, con soluzioni software e hardware all'avanguardia che le hanno consentito di conquistarsi una quota del mercato locale superiore al 50 per cento. «L'investimento previsto mira ad ampliare il contesto geografico in cui il nostro Gruppo può operare come market leader, garantendo a tutta la nostra clientela un servizio che sappia soddisfare le sue esigenze sempre più globali, senza rinunciare ai vantaggi di un'assistenza locale», ha dichiarato **Domenico Petrone**, *presidente e amministratore delegato di Viasat Group*. «Il fatturato estero del Gruppo è cresciuto in maniera esponenziale in soli tre anni, così come il numero di Paesi in cui abbiamo esteso la nostra presenza. La capacità di quest'azienda di evolversi ha consentito uno sviluppo della proposizione, ormai declinatasi in un ventaglio di prodotti hardware, software, servizi e dati, aventi in comune il proprio posizionamento strategico in quel mercato descritto come Internet of Things», ha commentato **Marco Petrone**, *vicepresidente e direttore generale di Viasat Group*.

Domenico Petrone

Marco Petrone

Servizio Civile, pubblicati i bandi per le selezioni

Sul sito www.gioventuserviziocivilenazionale.gov.it, sono stati pubblicati i bandi 2017 del Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale, delle Regioni e Province autonome, per la selezione di 47.529 volontari da impiegare in progetti di Servizio Civile Nazionale in Italia e all'estero. I ragazzi potranno scegliere tra 1.887 progetti (di cui 94 all'estero) presentati dagli enti inseriti nell'albo nazionale e tra 2.907 progetti presentati dagli enti iscritti negli albi regionali e delle provincie autonome. Alla selezione potranno partecipare ragazze e ragazzi tra i 18 e i 28 anni interessati a un'esperienza di cittadinanza attiva nei settori dell'assistenza, della protezione civile, dell'ambiente, del patrimonio artistico e culturale, dell'educazione e promozione culturale. Le domande di partecipazione alle selezioni dovranno essere inviate direttamente agli enti titolari del progetto entro le ore 14 del 26 giugno 2017.

Quercetti, vendite in aumento con materiali innovativi

Un miliardo 600 milioni di chiodini prodotti in 365 giorni, e vendite che in Italia sono cresciute del 22 per cento. Il 2016 è stato un anno di conferme per la Quercetti & C., fabbrica torinese specializzata in giocattoli educativi. La linea di prodotti Pixel Art, sorella maggiore dei famosi chiodini, è la principale responsabile di questo risultato; +58 per cento di vendite solo per i prodotti di questa linea. Logico quindi che gli investimenti siano stati in gran parte destinati allo sviluppo di nuovi macchinari, per incrementare la produzione di chiodini destinati a questo gioco. Tali investimenti in tecnologia hanno permesso all'azienda di aumentare del 50 per cento i dati produttivi relativi a questa referenza, rispetto al 2015. Il 2016 ha anche visto la sperimentazione di nuovi materiali; a Natale ha debuttato la prima linea di giocattoli in legno Made in Querceti, una scelta coraggiosa investire nel legno, per un'azienda che usa solo plastica da 67 anni. L'estate ha visto il lancio sul mercato di una linea «Green», kit gioco per creare un orto in balcone, dove i materiali principali sono terriccio e sementi. A febbraio ha visto la luce una linea di giocattoli in cartoncino, a sottolineare l'intenzione dell'azienda di aumentare la produzione di giocattoli realizzati in materiali ecologici. Materiali nuovi, medesima filosofia. Niente elettricità, cavi o touch screen nel catalogo Quercetti, ma solo giocattoli che funzionano a «Energia Bambino».

Chef Express acquisisce il brand «JuiceBar»

Chef Express, società che gestisce tutte le attività di ristorazione del Gruppo Cremonini, ha acquisito JuiceBar, moderno concetto di bar healty food. Chef Express aveva acquisito nel 2015 il marchio in licenza per svilupparlo nei canali travel, e attualmente gestisce 12 punti vendita JuiceBar distribuiti in stazioni ferroviarie, aeroporti e aree di servizio autostradali. L'accordo prevede che 5 locali resteranno in capo alla vecchia proprietà, che potrà conservarne il brand per 5 anni. «JuiceBar è un format di healty food dal concetto di freschezza pronta da consumarsi nei locali oppure grab&go. Dalle nostre recenti aperture abbiamo riscontri molto positivi e con l'acquisto del marchio daremo un'ulteriore impulso allo sviluppo di questo concetto», ha dichiarato **Cristian Biasoni**, *amministratore delegato di Chef Express*.

Gruppo Cameo, crescono ricavi e produzioni

Il Gruppo Cameo, azienda alimentare specializzata nella produzione e commercializzazione di torte, pizze e dessert, chiude il 2016 mantenendo una buona redditività realizzando 248 milioni di euro di ricavi. Il Gruppo è composto dalla capogruppo Cameo e dalla controllata Rebecchi Fratelli Valtrebbia; le due aziende operano separatamente all'interno del Gruppo con proprie specifiche strategie sui diversi mercati. I risultati sono in linea con il buon andamento degli anni precedenti e il Gruppo mantiene le posizioni di leadership acquisite nei diversi settori in cui opera. L'attività di ricerca e sviluppo ha consentito nell'esercizio 2016, oltre al miglioramento della qualità dei prodotti, la collocazione sul mercato di nuovi prodotti che hanno innovato la gamma in tutti i settori. Tra gli investimenti effettuati si segnala il completamento del Campus, la nuova sede direzionale. Il Campus, realizzato secondo elevati standard di architettura sostenibile, consentirà di ridurre ulteriormente l'impatto ambientale dell'azienda e permetterà una gestione aziendale più snella favorendo le interazioni tra i collaboratori e le sinergie tra i reparti; i dipendenti del Gruppo cameo salgono complessivamente a 430 (dai 425 del 31 dicembre 2015). Gli indici di struttura e la situazione finanziaria, patrimoniale ed economica evidenziano indicatori positivi. «La scelta di continuare a investire in ricerca e innovazione, insieme all'inaugurazione del nuovo Campus, confermano il nostro impegno nella direzione di una crescita sostenibile che metta le persone al centro», hanno dichiarato **Alberto de Stasio** e **Peter Irle**, *direttori generali di Cameo*.

Peter Irle e Alberto de Stasio

AXA Italia lancia «welfare aziende» per le PMI italiane

AXA Italia presenta «Welfare Aziende», il primo prodotto employee benefits per le piccole e medie imprese che consente agli imprenditori di offrire piani di protezione ai propri dipendenti. La soluzione per le Pmi di AXA Italia prevede il rimborso delle spese mediche, copre gli infortuni professionali ed extra professionali, oltre a proporre servizi di prevenzione come check-up medici e un'assistenza h24 in ambito infortuni e malattie. L'offerta di AXA Italia consente alle aziende di scegliere tra due formule di adesione, pensate per andare incontro a esigenze di protezione differenti: 1) cassa di assistenza AXA, che tutela tutti i dipendenti e garantisce il sostegno per malattie e cure, insieme a servizi di assistenza e prevenzione; 2) partita Iva che consente una scelta libera dei destinatari dei benefit e, in aggiunta al supporto per malattie e cure, offre anche il sostegno in caso di infortunio.

Aston Martin, ecco i risultati eccellenti del primo trimestre

Aston Martin Holdings, produttore di automobili sportive di lusso, ha annunciato i risultati record per il primo trimestre del 2017 grazie alla significativa domanda per il modello di punta DB11: i ricavi sono più che raddoppiati da 92,6 milioni a 188,3 milioni di sterline. Gli ordini per la vettura sportiva DB11, nonché per altri modelli esclusivi, e un'operazione di rifinanziamento da 550 milioni di sterline hanno permesso di rafforzare la liquidità, abbattere gli oneri finanziari e incrementare le riserve. L'ottimo risultato delle vendite retail e l'incremento della quota di mercato, soprattutto nel Regno Unito e in Cina, evidenziano inoltre la crescente forza e notorietà del brand. «Il Gruppo ha registrato un inizio d'anno straordinario. Stiamo mettendo in atto il nostro programma di trasformazione 'Second Century' e creando

La DB11 dell'Aston Martin

le condizioni per una redditività sostenibile. L'imminente lancio di modelli, tra cui new Vantage e Vanquish, accelererà il trend di crescita che è stato sostenuto dalle risorse finanziarie e dalla disciplina gestionale di un'azienda simbolo del successo britannico nel settore delle auto di lusso», ha dichiarato **Andy Palmer**, *presidente e amministratore delegato di Aston Martin*.

Andy Palmer

Assinform, quattro aziende associate ricevono un premio

Sono Bto, Dedagroup, Inaz e Tim le 4 imprese associate ad Assinform, l'associazione che rappresenta in Confindustria le principali imprese di Information Technology operanti in Italia, che hanno ricevuto il premio «Imprese per Innovazione», riconoscimento alle aziende che hanno investito in ricerca e innovazione, realizzato in collaborazione con la Fondazione Giuseppina Mai, Intesa Sanpaolo e con il supporto tecnico dell'Associazione Premio Qualità Italia. «Siamo nel pieno di una trasformazione digitale che sta rimodellando il nostro modo vivere. Le aziende, rispondendo alle istanze di innovazione proveniente da tutti gli ambiti d'eccellenza del made in Italy, rafforzano non solo le loro prospettive, ma quelle del sistema produttivo nazionale», ha dichiarato **Agostino Santoni**, *presidente di Assinform*.

Susana Voces è il nuovo *general manager* per l'Italia di **eBay**, piattaforma web che offre ai propri utenti la possibilità di vendere e comprare oggetti sia nuovi sia usati con diverse modalità, incluse le vendite a prezzo fisso e «aste online».

Roberta Neri è stata confermata *amministratore delegato* di **Enav**, società per azioni che opera come fornitore in esclusiva di servizi alla navigazione aerea civile nello spazio aereo di competenza italiana in qualità di Ansp, (air navigation service provider).

Guido Ferretti è stato confermato *amministratore delegato* di **Caleffi**, azienda fondata nel 1962 da Camillo Caleffi che rappresenta un'eccellenza del made in Italy nel mondo dell'home fashion e un punto di riferimento per tutti i migliori negozi di biancheria.

Roberto Talotta è stato nominato *country leader* e *managing director di* **Arcadis Italia**, società presente in oltre 70 Paesi e operante nella progettazione e nella consulenza per le risorse ambientali e gli asset immobiliari.

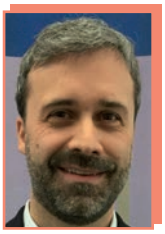
Massimo Arrighetti è stato confermato *amministratore delegato* di **Sia**, società operante nella progettazione di infrastrutture e servizi tecnologici dedicati alle istituzioni finanziarie nelle aree dei pagamenti, della monetica e dei servizi di rete.

Rossella Destino è il nuovo *country manager* Italia di **HoMedics**, Gruppo americano operante nel settore della bellezza, della salute e del benessere domestico; avrà il compito di accrescere la competitività del Gruppo e di tutti i marchi che ne fanno parte.

Alessandro Profumo è il nuovo *amministratore delegato* di **Leonardo**, tra le prime dieci società nel mondo operante nel settore dell'Aerospazio, Difesa e Sicurezza e la principale azienda industriale italiana. Nel 2016 ha fatturato 12 miliardi di euro.

Un anno dopo le sue dimissioni, il Consiglio del *Collegio nazionale degli agrotecnici e degli agrotecnici laureati* ha riconfermato alla **presidenza** nazionale dell'albo **Roberto Orlandi**, persona con una profonda conoscenza del settore.

Pietro Rossato è il nuovo *chief operations officer* del Gruppo **Carel**, multinazionale che progetta, produce e commercializza soluzioni di controllo per il settore del condizionamento, della refrigerazione e dell'umidificazione dell'aria.



Carnival Corporation & plc, società anglo-statunitense operante nel settore viaggi e tempo libero di cui fa parte anche l'italiana Costa Crociere, annuncia la nomina di **Mario Zanetti** a *direttore generale* di Carnival Cina.

idealo, il portale di comparazione prezzi per gli acquisti digitali con oltre diciassette anni di esperienza e la presenza di portali nazionali in sette Paesi del mondo, ha annunciato l'ingresso di **Fabio Plebani** in qualità di nuovo *country manager* per l'Italia.

Salvatore Ippolito è il nuovo *amministratore delegato* dell'**Agenzia giornalistica Italia**, che trasmette quotidianamente notiziari su cronaca, politica, economia, finanza, cultura, spettacolo, sport per i mezzi d'informazione e per le aziende.

Fabrizio Scovenna è il nuovo *presidente* di **Anie Automazione** che, con le sue 100 aziende associate, rappresenta in Italia il punto di riferimento per le imprese fornitrici di tecnologie per l'automazione di fabbrica, di processo e delle reti.

Ecolight, uno dei maggiori sistemi collettivi costituito nel 2004 per la gestione dei Raee, delle pile e degli accumulatori che raccoglie oltre 1.500 aziende, ha confermato **Walter Camarda** *presidente* del consorzio per il prossimo triennio.

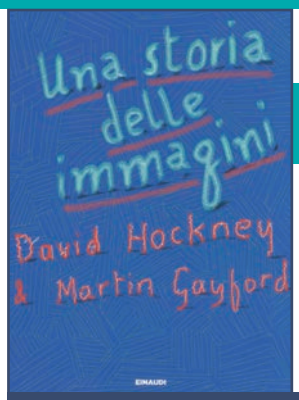
Riccardo Cavicchioli è il nuovo *presidente* dell'**Associazione italiana scatolifici**, ente costituito da produttori di imballaggi in cartone ondulato nato per tutelare una categoria fino a oggi poco rappresentata nonostante l'importanza che ricopre.

Giuseppe Lusignani è il nuovo *presidente* di **Arca Fondi Sgr**, una delle principali realtà nel campo del risparmio gestito in Italia con 120 enti collocatori che operano con oltre 8 mila sportelli e con una rete di promotori finanziari e canali online.

Toni Cavalcante è il nuovo *presidente* dell'**Unac**, l'Associazione costruttori di infissi motorizzati e automatismi per serramenti in genere: un comparto che occupa oltre 1.260 addetti con un fatturato di 525 milioni di euro, con una quota export che supera il 70 per cento.

Rete Ferroviaria Italiana ha deliberato le nomine del consiglio di amministrazione per il prossimo triennio: **Claudia Cattani** (*presidente*), **Maurizio Gentile** (*direttore generale e amministratore delegato*), **Luciano Grazzini**, **Maurizio Mauri**, **Francesca Serra**.

COS'È UN'IMMAGINE?



«Una storia delle immagini» di David Hockney e Martin Gayford Einaudi Editore - 65 euro

Cos'è che rende interessante dei segni su una superfice piatta? Come viene reso il movimento in un'immagine immobile o, viceversa, cosa lega i film e la televisione agli antichi maestri della pittura? Come condensare il tempo e lo spazio in un'immagine statica, su una tela o su uno schermo? Quello che un'immagine ci mostra è una verità o una menzogna? Le fotografie rappresentano il mondo per come ne facciamo esperienza? Mettendo a confronto una grande varietà di immagini gli autori Hockney e Gayford superano le convenzionali frontiere tra cultura alta e bassa, operando inaspettati collegamenti tra epoche, luoghi e tecniche espressive diversissime. Perché film, fotografia, pittura e disegno sono sempre profondamente connessi gli uni con gli altri. Acuto e provocatorio, questo libro contribuisce in modo autorevole a renderci consapevoli del modo in cui rappresentiamo la realtà che ci circonda. ■

IL CAPOLAVORO DI THOMAS BERNHARD

Segregati in una torre, al tempo stesso eremo mistico e simbolo della loro tradizione familiare, due fratelli vivono un tempo sospeso e dilazionato, dopo il suicidio dei genitori, cercando un impossibile approccio all'Assoluto. In questo racconto della maturità, l'autore ha condensato i motivi e i temi cardine del suo intero universo poetico. Poche pagine della letteratura sono così struggenti come quelle in cui il narratore rievoca i momenti precedenti il tentato suicidio della famiglia. Quei suoni che provengono dalla strada, le figure ancora intraviste dalle tende tirate nell'incombente buio della sera, i libri di poesia, i noti oggetti e volti quotidiani, percepiti in un istante che si avverte come estremo, l'improvviso e imprevisto piacere delle proprie «mani, voci e idee»: tutto questo è inaspettatamente evocato con un amore segreto e umanissimo, che restituisce alla vita tutta la sua aura sacrale, sia pure nella consapevolezza tragica e piena del suo incancellabile dolore. **«Amras» di Thomas Bernhard - SE Editore - 19 euro**

FIGHT CLUB - ATTO SECONDO

Vent'anni dopo il libro che l'ha reso celebre, Palahniuk torna a raccontare la storia del sovversivo Tyler Durden. Il narratore senza nome del romanzo originale ora si fa chiamare Sebastian, ha sposato Marla Singer e insieme hanno un bambino. E quando Marla comincia ad avere nostalgia di Tyler, decide di ritoccare i dosaggi dei suoi farmaci, e succede qualcosa di irreparabile. Coadiuvato dai disegni di Stewart, Palahniuk reinventa il suo stesso canone con un'inventiva verbale e visiva perfetta per il medium fumetto. Il volume contiene anche la rivisitazione del finale del romanzo originale. **«Fight Club 2» di C. Palahniuk e C. Stewart - Bao Publishing Editore - 25 euro**

GRANI ANTICHI

Verna, Gentilrosso, Timilìa, Perciasacchi, Carosella: sono solo alcuni dei grani che si coltivavano un tempo in Italia e che oggi tornano alla ribalta per motivi agronomici e nutrizionali. La riscoperta dei frumenti antichi è una vera rivoluzione che assicura vantaggi per la salute e la biodiversità delle campagne. Il libro si snoda come una vera e propria guida tra le diverse varietà di grani antichi, di cui tanto si parla ma che in pochi conoscono realmente, con il rischio di confonderli, di non capirne le potenzialità e di lasciare il campo a speculazioni. La seconda parte è dedicata a un viaggio nelle regioni italiane a caccia di spighe, pastifici, forni, mulini a pietra e contadini, in una fitta trama di esperienze per la ricostruzione di una filiera del cibo ecologica e salutare. **«Grani antichi» di Gabriele Bindi - Terra Nuova Edizioni - 13,60 euro**

«Con gli occhi a mandorla» a cura di R. Ponticiello e S. Scrivo Tunué Editore - 18,50 euro

Negli ultimi anni il Giappone e la sua cultura hanno goduto in Occidente di un notevole aumento di popolarità. Mode, tendenze, piccole e grandi manie del postmoderno si sono imposte fra i giovani e in certa misura anche fra gli intellettuali. Fra le principali ragioni di questa crescente familiarità con il Giappone vi sono gli «anime» (i cartoon nipponici) e i «manga» (i fumetti), i quali dagli anni Novanta hanno conquistato vaste platee di giovani e giovanissimi in Italia, Europa e Stati Uniti. Tuttavia il pubblico spesso è distante dalla cultura giapponese, e per questo essa viene fraintesa di frequente. Il libro raccoglie una serie di saggi che spiegano, con vivacità e rigore, i principali aspetti di quel particolare Giappone giunto in Italia attraverso le sue espressioni pop. ■

LA SEMPLICITÀ DEL LINGUAGGIO

ANTHONY KENNY: UN AFFETTUOSO ADDIO ALLA CHIESA

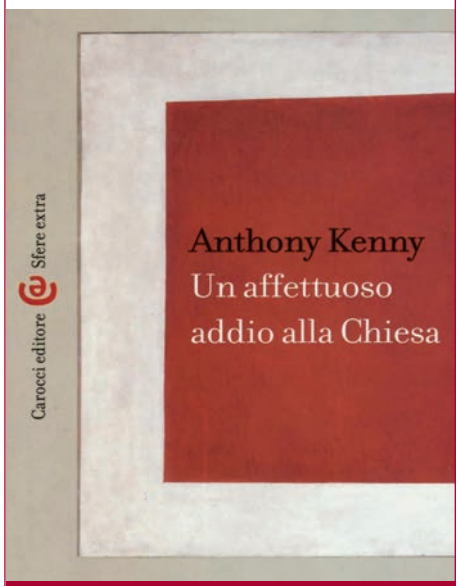
Anthony Kenny, una delle figure di spicco del pensiero filosofico contemporaneo, ha voluto scrivere questa sua biografia per il pubblico italiano. Quella di Kenny è una vicenda in cui storia personale e riflessione intellettuale s'intrecciano. Il suo agnosticismo è radicale e radicali sono le critiche ai dogmi della Chiesa, ma il suo è un pensiero che prende le distanze dall'ateismo alla moda, ed è animato da un senso di gratitudine, di serenità, di misticismo, che non potrà non affascinare i lettori

di Bruno Piattelli
stilista

Le strade dell'intelligenza sono infinite. Se poi accompagnata dalla cultura è ancora più seducente seguirne la scia. Anthony Kenny è un inglese nato a Liverpool e racconta la propria biografia in un modo apparentemente così pedissequo che dopo un po' di pagine ti domandi perché tu debba interessarti alla sua rispettabile vita; ma non molli perché con la stessa apparente monotonia del suo peregrinare, come studente e studioso, dai colleges e cristiani e gesuiti del suo Paese all'università Gregoriana di Roma, ti racconta che da « stonato» diventa corista di canto gregoriano e di Palestrina, che incrocia, coetaneo, Hans Kung, tocca il problema della pedofilia nell'ambiente, nonché del timore di essere sfiorato dall'omosessualità, impara, e poi insegnerà, il latino, il greco e la filosofia tomistica, al contempo giocando a rugby contro La Rugby Roma e a cricket contro la squadra dell'Ambasciata inglese; innamorato d'alpinismo scalerà il Gran Sasso, il Cervino, il Monte Rosa in compagnia del futuro cardinale di Westminster Murphy O'Connor.

Ma gli studi di filosofia gli fanno sorgere i primi dubbi sulla fede cattolica, mentre quelli di teologia lo quietano nelle domande e nelle critiche che rivolge alla Bibbia, alla dottrina religiosa, al sistema liturgico; tutto questo facendone oggetto d'esame con i suoi docenti, chiedendo aiuto anche ad Henry Bergson; ma il seme del dubbio lo accompagna mentre persegue il dottorato in teologia nientemeno che col celebre filosofo canadese Bernard Lonergan.

E più si avanza e più serpeggiano le critiche denunciando l'insuccesso di Tommaso nel tentativo di dimostrare l'esistenza di Dio, avvicinandosi e combattendo Vittgenstein per l'esperienza religiosa come giustificazione delle asserzioni della teologia naturale: la fede non può dimostrarne l'esistenza, non si può prendere la parola di Dio come prova della sua esistenza, ma questa deve precedere la fede. Poi si passa alle pratiche del clero che proprio non sembrano rispettare l'insegnamento di Cristo. Insomma si scivola con estrema tranquillità verso quella che la storia, la logica e i sentimenti non potevano non portare, nella sostanza, verso quello che non può che essere un dramma nella vita del sacerdote che chiede ed ottiene di poter tornare un uomo «libero».



La copertina del libro di Anthony Kenny edito dalla Carocci Editore

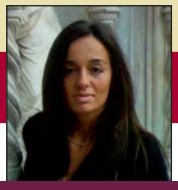
Il titolo del libro è pienamente rispettato: un affettuoso addio alla Chiesa. È tutto finito? Macché. La fama dell'uomo - ma lui proprio non se ne dà conto e seguita a raccontare con la solita flemma - filosofo, teologo, che aveva letto Omero, Erodoto, Tucidide,Sofocle, Eschilo ed Euripide, fa si che venga chiamato da università, istituzioni, organismi e sceglie il Balliol College e comincia a tradurre sezioni della Summa Theologiae di Tommaso d'Aquino e scrive «Le cinque vie» dimostrando appunto l'invalidità delle cinque prove da lui proposte per confermare l'esistenza di Dio.

Ma questo, nella suprema consapevolezza dell'onestà del suo pensiero tanto chirurgicamente serio quanto profondamente travagliato nel dover rinunciare al suo credo iniziale, non gli vieta di criticare credenti, suoi apparentemente fiancheggiatori, che ritengono di poter arrivare al suo stesso punto, ma su direttive da lui non riconosciute corrette. A fronte trova degli esimi colleghi che raggiungono lo stesso traguardo: padre Peter De Rosa, autore del «L'errore fatale del Cristianesimo», padre Hubert Richard, capo del «Corpus Christi College», padre Patrick Fitz Patrick autore tra l'altro del «Birth Regulation and Chatholic Belief».

Si può pensare di annoiarsi leggendo una scrittura tanto semplice quanto chiara quand'anche si viene a sapere che il «nostro» si sposa e ha due figli; la notizia è che dei due uno viene battezzato e l'altro no. E cosa fa Kenny, li mette sotto studio per venire a ritenere che il peccato originale, già da lui a suo tempo contestato, cancellato o meno, non modifica l'equilibrio dei due. Ma tanto riesce ancora a dire e sulla religione e sulla di essa filosofia e merita prenderne cognizione, non fosse perché non si fa certamente fatica ad ascoltarlo.

Un giorno il presidente Cossiga, suo amico ma non certo suo aderente, entrò nella principale libreria di Oxford, la Blackwell e, con sua sorpresa, lo sentì disporre l'invio di una copia di tutti i suoi libri al Cardinale Martini. Il gesto apre ovviamente una serie di ipotesi, ma, a mio avviso, tra il serio e il bonario, voleva dire «vedi dove portano certe... però assumerne cognizione è doveroso». ■

Affari & Cultura



a cura di Romina Ciuffa

BATMAN, SPIDERMAN ED IL LARGO CONSUMO

«ICONS. ULTIME TENDENZE NEOPOP» DAL 15 GIUGNO AL 29 LUGLIO A MILANO

Dal 15 giugno al 29 luglio, a Milano nella Deodato Arte in Via Santa Marta 6, la collettiva «Icons. Ultime tendenze NeoPop» a cura di Christian Gangitano

Oltre trenta opere in mostra, che illustrano la peculiarità del NeoPop di veicolare contenuti legati al sociale, all'etica, all'allegoria e alla sottile analisi e critica della società contemporanea, trasformando questi messaggi in icone di forte impatto emozionaleì. L'arte NeoPop si manifesta e trae inspirazione dai brand dei prodotti globalizzati del consumo di massa, dal fumetto alle sub-culture fino alle campagne pubblicitarie, ai super eroi e ai divi del cinema. Capace di diffondersi rapidamente su ogni piattaforma, diventa immediatamente accessibile e riconoscibile e, per questo, soggetta a un'evoluzione costante, rappresentata nel percorso espositivo che coinvolge diversi artisti di spicco quali: Andy Warhol, Keith Haring, Mr. Brainwash, Takashi Murakami, Tomoko Nagao, Marco Lodola, Pao, Massimo Giacon, Matteo Guarnaccia, Felipe Cardena, Mr. Savethewall.

I lavori in mostra evidenziano come le immagini simbolo della cultura di largo consumo siano divenute i soggetti privilegiati della nuova ondata figurativa: dagli eroi dei fumetti ai personaggi famosi divenuti riferimento e parte integrante dell'immaginario collettivo di diverse generazioni, dagli anni 60-70 ad oggi. Ricorre la figura di Batman che appare ripetutamente nella serigrafia «Super Heroes Mix» di Massimo Giacon, nella light-box di Marco Lodola e ancora nell'opera di «Pao Batman vs Penguin» che allude alla lotta tra l'uomo pipistrello e il suo nemico, trasformato qui nel caratteristico pinguino protagonista di molti lavori dell'artista. Cardena, con una serigrafia dai colori sgargianti, si concentra su Spiderman, personaggio creato nel 1962 e oggi industria di gadget, film e videogame.

Ispirazioni che derivano non solo dall'iconografia del fumetto ma provenienti anche da personalità del mondo della cultura, del cinema e della storia dell'arte sono presenti nei lavori di Mr. Savethewall, nelle opere di Mr. Brainwash - noto per le sue collaborazioni con Banksy - che con la tecnica «stencil» ritrae Charlie Chaplin e Mickey Mouse, e in quelle di Matteo Guarnaccia che con «Pedal Sutra» rimanda alla Beat Generation suggerendo una memoria di libertà e emancipazione dagli stereotipi culturali.

Riferimenti anche all'attualità e al sociale, alle culture e alle forme di linguaggio che tornano ciclicamente nella ricerca artistica, come nelle litografie di Keith Haring che, con il linguaggio della «street art», veicola importanti temi della sua epoca, traendo ispirazione da diverse correnti della storia dell'arte mondiale.

L'attenzione all'ecologia e all'ambiente si ritrova in «Pacific Trash Vortex» di Pao che evoca un'isola di rifiuti galleggiante sull'oceano; l'ormai consolidato potere economico e culturale dell'Asia è nelle opere di Takashi Murakami, attivo a favore della divulgazione e accessibilità dell'arte, come dimostra la sua collaborazione con Louis Vuitton; mentre il tema degli immaginari collettivi e delle icone di largo consumo è perfettamente sintetizzato nei lavori «Il Quarto Stato after Pellizza» e «Medusa Madrid Red» di Tomoko Nagao.

«Roma è l'esempio di ciò che accade quando i monumenti di una città durano troppo a lungo» (Andy Warhol)

MATERIA E QUESTIONI CONTANO

Collettiva che coinvolge 4 scultori di nazioni diverse - Peter Simon Mühlhäußer, Alex Rane, Bruno Walpoth e Jiannan Wu - nella galleria «Accesso» di Pietrasanta (Lucca) dal 18 giugno al 14 luglio: è «Material Matters. A Sculpture Show», in un gioco di parole: «La materia conta», ma anche «Le questioni rilevanti». Sic.

TREVISO, LA COLLEZIONE SALCE

Fino al 2 luglio a Treviso, nel Museo nazionale Collezione Salce, la mostra «La Belle Époque. Illustri persuasioni. Capolavori pubblicitari dalla Collezione Salce», primo evento su tre a proporre un campionario di eccellenze connotandone la rinnovata e permanente esposizione. «La Belle Époque» rinnoverà i fasti di un momento storico tra i più vivaci dell'epoca moderna, con trasformazioni urbane e di costume: le Esposizioni Universali, l'architettura del ferro e del vetro, la bicicletta e l'automobile, la luce elettrica, la moda per tutti, i cabaret, l'assenzio e lo champagne. Dopo questo, sarà il turno delle mostre «Tra le due guerre» e «Dal secondo dopoguerra al 1962»; così, in poco meno di un anno e senza soluzione di continuità, circa 300 i pezzi della Collezione saranno proposti in una sorta di antologia della grafica pubblicitaria per come la scelse e la conservò Nando Salce, dalla prima giovanile acquisizione del 1895 fino al momento in cui la morte, nel dicembre del 1962, pose fine alla sua attività di raccolta.

CAPRI, TORNA DAGLI USA L'ASTRATTA JUDY PFAFF

È la prima personale europea di Judy Pfaff («Abstract Poetry») quella che si tiene fino al 2 luglio nella galleria Alca Andrea Ingenito Contemporary Art di Capri. Britannica di nascita ma americana d'adozione sin da piccola, l'artista torna in Europa con un ampio nucleo di opere su carta, tecniche miste realizzate con tempere, collage, stratificazioni di fogli, fotografie, documenti di archivio, di piccole, medie e grandi dimensioni. I 34 lavori sono allestiti nella galleria in nuclei che pongono le singole opere in dialogo tra di loro, dove elementi apparentemente disordinati sono sostenuti da fitte connessioni. Pfaff è stata una pioniera dell'arte degli anni 70, inventando un nuovo linguaggio narrativo per esplorare l'intersezione tra reale e astratto. Ma nell'ambito del dibattito realismo-astrazione non ha preso mai posizione, scegliendo di definirsi semplicemente «anti-minimalista».

MILANO, ORIENTE È PARENTE

Fino al 25 giugno a Milano presso la Gammanzoni, la mostra «Orientalismo. In viaggio dall'Egitto a Costantinopoli» documenta, con 30 capolavori di autori quali Alberto Pasini, Gerolamo Induno, Domenico Morelli, Pompeo Mariani, Fausto Zonaro e altri, le suggestioni suscitate dall'Oriente sulla pittura italiana dell'800. La rassegna in quattro sezioni propone paesaggi e scene di genere di pittori che intrapresero lunghi viaggi in terre lontane, ma anche soggetti d'invenzione realizzati da artisti che non vi si erano mai recati e che l'Oriente l'avevano soltanto immaginato. Fondamentale anche l'apporto di letteratura e musica, come nel caso di Giuseppe Verdi la cui Aida, eseguita in Egitto nel 1871, contribuì fortemente al recupero di atmosfere orientali nelle arti visive.

DAL MONDO DEI MOTORI

A CURA DI ALFIO PAOLANGELI

PININFARINA E LE AUTO ELETTRICHE

Pininfarina ha presentato al Salone di Shanghai la gamma di veicoli ecologici sviluppati per il cliente Hybrid Kinetic Group; sono il Suv 5 posti K550, il Suv 7 posti K750 e la berlina di lusso H600 *(nella foto)*. Le tre vetture HK sono dotate di micro-turbina con funzione di range extender e di super batterie; inoltre sono fornite di sistemi di trazione elettrici eco-compatibili ad alta efficienza e risparmio energetico. Le micro-turbine range extender utilizzano la più recente tecnologia aerospaziale, un capolavoro di progettazione industriale che aiuta a ridurre l'impatto ambientale. Rispetto ad altri veicoli ad energia alternativa, i nuovi modelli HK vantano un tasso di recupero energetico superiore al 30 per cento.

FORD CANTA LA NINNA NANNA

Ford ha ideato una culla in grado di simulare - nel comfort della propria casa - il movimento dell'auto, nonché le luci e i suoni tipici della guida durante le ore notturne. In apparenza una normale culla, la Max Motor Dreams si gestisce attraverso un'app per smartphone che riproduce l'oscillazione di un viaggio in auto.

VOLKSWAGEN

La nuova Volkswagen Arteon

In Italia, la Volkswagen Arteon arriverà nelle concessionarie a partire da giugno, con prezzi da circa 45 mila euro, solo con motori a gasolio e con il cambio a doppia frizione DSG: si tratta dei 2.0 TDI da 150 o 190 cavalli, e della versione biturbo da 240 cavalli. L'auto raccoglie l'eredità della CC, ed è una ricercata coupé a cinque porte realizzata sulla base della Passat. Lunga 486 centimetri e larga 187, è alta appena 143 centimetri; nel frontale spicca l'ampia mascherina a listelli cromati, ben raccordati con gli inserti dei fari. Tra i sistemi elettronici c'è il debutto dell'Emergency Assist: in caso di malore del conducente con perdita di conoscenza, l'auto non solo rallenta, ma è anche in grado di accostare verso destra. Nuovi anche i fari orientabili in curva con regolazione predittiva: sulla base delle informazioni del navigatore, l'elettronica conosce l'andamento della strada ed è in grado di orientare il fascio luminoso ancora prima di ruotare il volante.

SEAT

La nuova Seat Arona

Seat Arona è la principale novità della casa spagnola attesa entro la fine del 2017; infatti sarà presentata al Salone di Francoforte nel mese di settembre. L'Arona riprenderà da vicino lo stile della Ibiza, a partire dai fari triangolari e dal fascione paraurti, ma verrà aggiornata in alcuni dettagli per assumere un look più «deciso e muscoloso» come la grossa presa d'aria sul frontale, le imponenti nervature sulla fiancata, le linee appuntite e triangolari dei fanali anteriori, i cerchi in lega maggiorati, le protezioni a contrasto sotto i paraurti e un assetto rialzato. I motori dovrebbero essere gli stessi della Ibiza, quindi saranno i 3 cilindri a benzina 1.0 TSI (95 cavalli o 115 cavalli) e 4 cilindri 1.5 TSI Evo (150 cavalli) e il diesel 1.6 TDI nelle varianti da 80, 95 e 115 cavalli. Inoltre, a seconda della motorizzazione, la Arona dovrebbe offrire la possibilità di scegliere tra il cambio manuale a 6 marce e l'automatico DSG a 7 velocità.

CITROËN

La nuova Citroën C5 Aircross

Citroën ha presentato al Salone di Shanghai la C5 Aircross, una nuova suv media che sarà disponibile entro l'anno in Cina e a partire dalla fine del 2018 in Europa. Lo stile conferma alcuni punti fermi del nuovo corso Citroën: è il caso della mascherina frontale e dei gruppi ottici led su due livelli, con il design tridimensionale di quelli posteriori. Ci sono però anche idee inedite come le prese d'aria frontali bordate di rosso e la presenza degli Airbump nella parte inferiore delle portiere. Inoltre, l'Aircross vanta un primato tecnico: è infatti la prima a portare al debutto sul mercato le sospensioni Progressive Hydraulic Cushions che ampliano i contenuti del programma Advanced Comfort. Dal momento che la C5 Aircross debutterà inizialmente in Cina e solo in un secondo tempo in Europa, la gamma propulsori annunciata non è ancora completa; per il momento ci sono le sole unità benzina da 165 e 200 cavalli con cambio automatico EAT6.

PEUGEOT

GenZe, lo scooter elettrico di seconda generazione della Peugeot

GenZe è un marchio creato da Peugeot in collaborazione con il Gruppo automobilistico indiano Mahindra, dedicato alla mobilità elettrica. La seconda generazione del nuovo modello è fornito di una batteria agli ioni di litio estraibile da 1,6 chilowattora e ricaricabile da una comune presa di casa, che dona al mezzo un'autonomia di 45 minuti. Una ricarica completa richiede 3 ore e mezza, ma sono sufficienti solo 2 ore per una ricarica rapida al 90 per cento; inoltre è equipaggiato con un sistema di frenata rigenerativo. La parte posteriore si caratterizza per il contrasto tra la ruota piccola, con motore integrato, e il «codone» che ospita il vano porta oggetti completo anche di porta usb per ricaricare dispositivi elettronici quali smartphone e tablet. Notevole la strumentazione touch screen da 7 pollici che dialoga con il cellulare. Lo scooter ha anche un vano posteriore integrato al telaio e un sistema di avviamento senza chiave con codice Pin.

ECOOLTRA SBARCA ANCHE A ROMA

eCooltra scooter sharing, il servizio di noleggio scooter elettrici a minuti, è stato presentato a Roma. eCooltra è un servizio lanciato da Cooltra, leader nelle soluzioni di mobilità su due ruote in Europa, che ora propone un nuovo concetto di mobilità in grado di integrare il trasporto pubblico e il trasporto privato e aiutare a preservare l'ambiente promuovendo la mobilità sostenibile. Con gli scooter elettrici eCooltra, a zero emissioni, è così possibile entrare in tutte le Ztl di Roma così come nel Tridente; è sufficiente scaricare l'app eCooltra sul proprio smartphone e registrarsi per individuare lo scooter disponibile in quel momento più vicino, prenotarlo e guidarlo a un costo di 0,24 euro al minuto. Una volta effettuata la prenotazione, l'utente ha 15 minuti di tempo (gratuiti) per raggiungere lo scooter e iniziare il suo viaggio o in alternativa cancellare la prenotazione senza alcun costo aggiuntivo. Raggiunto il veicolo prenotato, l'utente dovrà aprire il vano sottosella in cui trova il primo casco (il secondo si trova nel baule posteriore). Lo scooter si accende senza chiave, attraverso il sistema chiamato Keyless Start/Stop con il pulsante collocato sotto il manubrio. Una volta completato il tragitto, l'utente utilizzerà l'app sul proprio smartphone per mettere in pausa o terminare il noleggio, riponendo il casco nel vano sottosella. «Abbiamo lanciato eCooltra a Barcellona nel 2016 con una flotta di 250 scooter e attualmente ne abbiamo in circolazione 360. Roma è una delle città più importanti e complesse d'Europa e il servizio eCooltra si pone come offerta complementare tanto al trasporto pubblico, quanto a quello privato. Continuando abbiamo grandi aspettative riguardo il lancio di eCooltra a Roma: da subito la città potrà contare su una flotta di 240 scooter ma il nostro obiettivo è di ampliarla già nel 2018», ha dichiarato **Timo Buetefisch** (nella foto), *amministratore delegato di Cooltra.*

Corsera Story

Stagione balneare

C'è un unico spogliatoio per tutti?

di VICTOR CIUFFA

DAL «CORRIERE DELLA SERA» LUNEDÌ 10 APRILE 1978

Nel futuro della stagione balneare c'è un maxi-spogliatoio per tutti?

I gestori chiedono un aumento dei prezzi - Probabilmente non sarà concesso
C'è chi profila la soluzione dello stabilimento centralizzato al posto delle cabine

Abbandono e sporcizia nel lungomare di Ostia

Più costosi i bagni dei romani nell'imminente stagione delle vacanze? La prospettiva c'è, sia pure limitata. Si riunirà fra qualche giorno la commissione del carospiaggia per esprimere un parere sulle richieste avanzate dei gestori degli stabilimenti. Si pronuncerà presumibilmente con un no: i rappresentanti di alcuni enti, come il Comune, non saranno certamente d'accordo, ma il comandante della capitaneria di porto, da cui dipende la decisione, potrà non tenerne conto.

Un aumento del dieci per cento fu concesso un anno fa ma riguardava servizi non essenziali, piscine, ombrelloni, sdraio. Giunse dopo due anni di blocco, il precedente ritocco c'era stato nel 1975. Placata la polemica sul rinnovo delle concessioni - provvisoriamente confermate ai vecchi titolari solo per il 1978, i gestori vanno alla riunione sul carospiaggia con una serie di cifre: aumenti dei costi per personale, manutenzione ecc.

«In questo contesto sociale non ci facciamo troppe illusioni - dichiara un loro rappresentante -. Una decisione di aumento è impopolare, non sappiamo se la capitaneria di porto potrà adottarla». Il fisco rappresentato dall'Intendenza di Finanza sarà fra gli oppositori: vorrebbe contestualmente aumentare il canone corrisposto dai concessionari. «Ma le tariffe debbono compensare vari costi, non solo il canone», precisa la controparte.

Quasi certamente non sarà ritoccato il prezzo degli spogliatoi, per offrire a poco un minimo di servizi a chi non intende affittare cabine ma usufruire dell'ingresso gratuito imposto da du anni agli stabilimenti dal pretore Gianfranco Amendola. Attualmente gli spogliatoi costano per persona da 150 a 350 lire, secondo la categoria. Da 150, quarta categoria, sulla spiaggia romana non vi sono; si va dalle 200 della terza alle 350 della categoria extra.

È una cifra tale da indurre i beneficiari dell'ingresso gratuito a rinunciare al minimo di comfort che essa comporta: oltre lo spogliatoio, servizi igienici, docce, bar? Secondo i concessionari, se è un prezzo politico imposto dalle autorità per fini sociali che non compensa le loro spese, costituisce per il bagnante un onere talmente lieve da non poter essere contestato. «Costano molto di più le sigarette che uno si fuma sulla spiaggia», calcolano.

Qual è il minimo esborso giornaliero per un romano al mare? 200 lire di autobus, andata e ritorno da casa alla stazione Ostiense; 280 lire il biglietto di andate e ritorno in treno per Ostia - la metropolitana costa di più, anche se arriva fino a Termini -; siamo a quota 480 cui possono aggiungersi 200 lire per lo spogliatoio di seconda categoria. Totale 680 lire per una giornata di sole e di bagni. Moltiplicate quattro, fanno 2.720 lire per una famigliola media, marito, moglie, due bambini. Vale la pena risparmiare 800 lire di spogliatoio?

La logica aritmetica coincide con quelle del portafogli e dei concessionari. A rigore nessuno dovrebbe sottrarsi a questo esiguo, improprio pedaggio. Ma tutta l'accanita battaglia condotta per due anni dal pretore Amendola? Il principio dell'ingresso libero e gratuito ormai è acquisito, rispondono i gestori; il biglietto è il corrispettivo di servizi facoltativi, chiesti o no dal bagnante. Il sistema comporta vantaggi per tutti.

Pagando il biglietto il bagnante può circolare liberamente in tutto l'arenile, non solo sulla battigia, spiega un concessionario, anche se secondo Amendola il biglietto non occorre; se qualche malintenzionato importuna, il gestore può intervenire, c'è un rapporto contrattuale di fornitura di servizio. «Spesso siamo impotenti - lamenta un concessionario -. Arrivano giovinastri col proposito di infastidire, provocare, tiranneggiare la spiaggia».

Ma non si può imporre il pagamento dello spogliatoio. Il problema è legato al tipo di stabilimento cresciuto sul litorale romano. Impostata per fornire servizi esclusivamente a pagamento, questa struttura non può sopravvivere a lungo alla liberazione del mare in gabbia. Gestori, lungimiranti, l'hanno compreso; pensano ad un altro sistema di utilizzazione della concessione: niente cabine, via tutte le attrezzature attualmente esistenti sull'arenile. A ridosso della litoranea un solo edificio per spogliatoi, docce e servizi igienici accentrati, personale al minimo, costi contenuti. Sopra, sul terrazzo qualche chiosco: bar, gelati, snack.

Incassi più contenuti, naturalmente, ma anche minori spese. «Se prendessi uno dei tre stabilimenti abbandonati, Duilio, Lido o Marechiaro - annuncia uno - raderei tutto, li attrezzerei così. Ingresso libero, niente, cancelli, recinzioni. Come in Liguria, o in certe coste francesi. Ma per fare investimenti dovrei contare su un certo numero di anni». Questo sembra il volto futuro delle spiagge romane. ■

Tutti i giochi con vincite in denaro sono vietati ai minori di 18 anni.

Facciamo girare la voce.

Il rispetto del divieto è la prima regola da seguire.

Campagna informativa a tutela dei minori promossa da:

18+ LOTTOMATICA moige FIT Federazione Italiana Tabaccai aams Agenzia delle Dogane e dei Monopoli aams gioco legale e responsabile

Seguici su facciamogirarelavoce

La legge N.111 del 2011 disciplina il divieto di partecipazione ai giochi con vincite in denaro per i minori.

Le case più belle d'Italia sono su Casa.it

Scarica l'App

Cerca casa anche quando sei in Giro su Casa.it

Giro d'Italia TOP SPONSOR 2017