

Federsicurezza

Il Patto Italiano per la Sicurezza Non Armata

Ambiente

Prossima Fermata Parigi 2015...

Impresa

Associazionismo contemporaneo:

Opportunità per i Giovani

Made in Italy

Made and died In Italy...

C'erano una volta gli Agrumi di Sicilia

Società

Donne del Vino

Ricerca

Universo giovanile italiano:

"Una corsa ad ostacoli"

ITALIA DA BERE

Gli stati e le tendenze della società
sono influenzati dalla comunicazione
che ne induce i comportamenti...?

...al posto giusto

Pluralità di culture ed esperienze hanno creato aziende capaci di fare gruppo e di offrire soluzioni concrete, unitarie e di sintesi.

Sono l'intelligenza, la creatività e l'impegno che, sullo scacchiere della realtà, ci consentono di "giocare" nel campo economico sociale, commerciale, cioè a dire nella categoria dell'imprendere.

L'Editoriale di Alessandro Pignatelli

BENE O MALE?

Marchi e aziende italiani acquistati da multinazionali della finanza, della distribuzione, della moda, dei food...

LVMH acquisisce Bulgari, Fendi, Loro Piana, Pucci o la storica pasticceria Cova a Milano. Mayhoola for Investment, Qatar acquisisce Valentino; la holding Kering-Ppr rileva Gucci, Brioni e Pomellato; Ducati Motor Holding S.p.A. e Lamborghini passano ad Audi AG (Volkswagen); ChemChina acquista Pirelli e, nel calcio, capitali stranieri, arabi, asiatici, americani comprano storiche società italiane.

Ma anche marchi e aziende italiane acquistano asset stranieri dei più vari settori merceologici. Il caso più eclatante, Fiat e l'operazione Chrysler, ma altrettanto significativi Luxottica che compra Ray-Ban, Campari che, per il mondo, arricchisce il suo catalogo, spaziando dal whisky yankee alla cachaça brasiliana, Autogrill che opera, con successo, in Europa, Nord America e Asia, Recordati, nel settore farmaceutico, in pieno fermento di acquisti all'estero e Amplifon, più che attiva in Australia e in India. L'opinione pubblica, di fronte a simili operazioni globali, mossa per lo più da emotività campanilistica, lancia allarmi e preoccupazione quando un nostro marchio passa di scuderia, e si esalta a livello di tifo sportivo quando una nostra azienda incorpora e si espande. Strano a dirsi, ma la globalità è sempre esistita poiché capitali e investimenti prescindono da tempo e confini. Certo è che citare nomi e marchi di oggi significa sollecitare l'immaginario collettivo e, probabilmente, è difficile che esempi storici a cavallo '800/'900 possano determinare altrettanto effetto. Riesumando qualche ricordo, è certo - con beneficio d'inventario di epoche, economie meno dispendiose, costumi, stili di vita e atteggiamenti di consumo più compassati - che il parallelo ha analogo significato.

Per esempio, "Il Marsala", vino tradizionale della Sicilia, trova vigore commerciale e canali internazionali con gli inglesi Woodhouse, prima, Ingham & Whitaker dopo. Nel 1833, Vincenzo Florio fonda le Cantine Florio e con esse dà vita al fascino di famiglia, sinonimo, nel mondo, della più classica delle competizioni automobilistiche: La Targa Florio. Attorno al 1887, l'industria tessile salernitana e campana rappresentava un settore avviato, credibile, competitivo nei confronti delle altre industrie della penisola. Al successo stavano contribuendo imprenditori svizzeri, sempre al centro del mondo, i cui cognomi Egg, Vonwiller, Wenner, Sclaepfer, non lasciano dubbi sulle origini. E, guardando alla musica, settore portante e carismatico, allora come ora, mentre Casa Ricordi si identificava con le aspirazioni del Risorgimento, (sostenendo altresì Giuseppe Verdi, simbolo, in seguito, di patriottismo), Giovanni Andrea Carisch, di origine svizzera, fondava nel 1887, le Edizioni musicali Carisch; figli e nipoti contribuiranno, sulla via tracciata, a farne una delle più importanti case di edizioni musicali italiane, specializzandosi nella "classica". Se poi, in tempi più recenti, guardiamo all'automobilismo, nel 1955, l'argentino Alejandro De Tomaso, interviene, prima, nelle officine Maserati, creando in seguito la Automobili De Tomaso, sogno degli appassionati, al pari di Ferrari, Lamborghini, Maserati, grazie agli investimenti della moglie americana Elizabeth Haskell, azionista di General Motors (sorella del presidente della Rowan Controller Industries, partner di Ford e GM). Bene o male? Forse, semplicemente normale, forse necessità di assicurarsi ingegno, fattività e creatività italiani, presupposti per competere nel mondo, creando nuova economia e consolidamento del lavoro per il Paese Italia.

alessandropignatelli@metromag.it



METROMAG

editoriale
Bene o male? #1
di Alessandro Pignatelli

il fondo
Sentimento Europa #3
di Franco Fazio

federsicurezza
Il patto italiano per la sicurezza non armata #4
di Angela Gabriele

sindacato
Ebtev: un soggetto per offrire alle parti pubbliche opportunità... #6
intervista a Luigi Scardaone

società
Ambiente: prossima fermata Parigi 2015... #9
di Mauro Pacetti

relazioni internazionali
Expo 2015: conoscerla per contribuire alla vita #14
di Dario Tarsia

economia
Il mercato dei giochi online in Italia #16
di Alessandro Scordari

moda
Donne eleganti, che indossano capi vistosi con naturalezza... #20

internazionalizzazione
Agevolare il business italiano all'estero #24
di Giuseppe Aliverti



#9



#35



#44

made in italy
Made and Died in Italy... C'erano una volta gli agrumi di Sicilia #28
di Alessandro Pignatelli

impresa
Associazionismo contemporaneo: opportunità per i giovani #31
di Vincenzo Chianese

comunicazione
Italia da Bere #35
di Patrick Fazio

amarcord
Pensieri vigili #40
di G. Lacasella e P. Di Leo

società
Donne del vino #42
di Franco Fazio

ricerca
Universo giovanile italiano: "Una corsa ad ostacoli" #44
intervista a Nicola Ferrigni

impresa
Inutilità delle risorse umane #48
di Alessandro Pignatelli

mercati
Petrolio, gas, oro, diamanti, legni pregiati, bauxite... #50
di Silvia Recchioni

solidarietà
Un sostegno a favore della ricerca sull'insufficienza venosa cronica... #52

METROMAG Sistemi, Sicurezza, Enti e Aziende
Bimestrale Maggio/Giugno 2015 - Numero 03
Editore: Metroservices Facility Management Srl
Sede Legale: Via Toscana 30, 00187 Roma
Tel: +39 06 83369044 - Fax: +39 06 83369045
N. Verde: 800 912 837

info@mfacility.it - www.mfacility.biz
P. IVA/C. F. 10 166 651 009 - Rea: RM 1214468

Direttore Responsabile: Franco Fazio

Direttore Editoriale: Alessandro Pignatelli

Amministratore: Marco Panzironi
Comunicazione: Patrick Fazio
Grafica: Daniele Paternò
Stampa: Tipografia Ostiense srl
Via P. Matteucci, 106 C - 00154 Roma
Luogo di pubblicazione: Roma

Aut. Trib. Roma 280/2014 del 31.12.2014

Poste Italiane SpA Spedizione in Abb. Postale

D.L. 353/03 - 70% Roma Aut. C/RM/05 2015

Resp. Trattamento Dati Marco Panzironi
Metromag sarà inviato gratuitamente a chi ne farà richiesta, inviando autorizzazione al trattamento dati o all'indirizzo e-mail: redazione@metromag.it

Hanno collaborato a questo numero:

Giuseppe Aliverti, Federica Azzanutto, Vincenzo Chianese, Pietro Di Leo, Nicola Ferrigni, Angela Gabriele, Giordano Lacasella, Mauro Pacetti, Riccardo Polidoro, Gabriele Recchia, Silvia Recchioni, Luigi Scardaone, Alessandro Scordari, Dario Tarsia, Mia Vilarde.

L'Editore si riserva di non accettare, a proprio insindacabile giudizio, soggetti di pubblicità non compatibili con la pubblicazione, con le disposizioni di legge o diritti di terzi o contrari al Codice della Lealtà pubblicitaria. L'Editore si riserva di collocare le inserzioni di pubblicità, all'interno della rivista, secondo le proprie scelte o necessità di impaginazione.

SENTIMENTO EUROPA

(... e alla fine una lacrima ti riga il volto)

I "social", opportunità di relazioni di politica, cronaca, critica, costume; finestre sul mondo; fermento aggregante e associativo; offerta di evasione on line.

Ma anche portatori di emozione, pura e serena; o, per contro di inquietudine, drammatica e allarmante.

Meglio emozionarsi genuinamente, specie se potrà essere fonte di sentimenti e di un ritrovato desiderio di appartenenza.

Una delle cose più formidabili viste sulla rete - e chi non ha avuto opportunità di farlo, può rimediare: <https://www.youtube.com/watch?v=GBaHPND2QJg> - è "l'Inno alla gioia", un vero e proprio incalzante e coinvolgente "flash mob" sinfonico (apparentemente spontaneo anche se eventi di tale riuscita non possono essere semplicemente improvvisati).

Un giorno tranquillo sulla Plaça de Sant Roc a Sabadell, Catalogna, Spagna. Rintocchi di campana a segnare "las seis de la tarde".

Un professore d'orchestra, in frac con il suo contrabbasso, una bambina che offre un soldino e la musica si avvia... ed ecco la violoncellista, e poi il fagotto, e i violini, tanti violini, e un giovane direttore d'orchestra, in semplice polo.

E poi, un susseguirsi di altri professori, magri, grassi, giovani, vecchi, eleganti, malvestiti, ma umani e avvincenti con i loro archi e via via altri fiati, oboe, trombe, sax, tromboni, flauti, clarini, corni, ancora viole, violoncelli, percussioni e il coro superbo a cantare il poeta Friedrich Schiller, soprani, bassi, contralti, in una progressione che esalta "l'Inno alla gioia". La piazza, sul tema principale della Nona Sinfonia di Ludwig Van Beethoven, si popola di famiglie, bambini, curiosi, presi, avvinti dalla melodia, sempre più spettatori e protagonisti dell'evento, sempre più sorpresi e via via presi da un sentimento di orgoglio che accomuna tutti al coro. La musica pervade l'animo di tutti, crea partecipazione e coinvolgimento, cancella confini.

Questo è linguaggio universale. È un dono, un meraviglioso dono. Un bambino che si arrampica al lampione di ferro battuto per meglio "dirigere" e meglio godere dello spettacolo; altri ancora che dirigono a loro volta l'orchestra; figli eretti sulle spalle paterne.

Tutti come bambini, quando abbiamo fatto codazzo alla banda municipale, i grandi, non più sicuri di voler essere grandi, per un momento lontani dai problemi dell'essere europei, ma certo fieri di sentirsi europei, consapevoli di non poter essere la generazione che vivrà l'Europa Nazione/Stato, elevando al cielo, forse in tale speranza, il proprio figlio.

E anche per questo, alla fine, una lacrima ti riga il volto.

francofazio@metromag.it



IL PATTO ITALIANO PER LA SICUREZZA NON ARMATA

Verso uno strumento contrattuale equo, moderno e unitario

di Angela Gabriele

Un CCNL unico per l'intero comparto della sicurezza non armata italiana, in grado di riunire, armonizzare e semplificare la situazione contrattuale in essere, il tutto nel rispetto delle specificità di ciascun interlocutore: è l'obiettivo ambizioso - ma unanimemente condiviso - del Patto italiano per la sicurezza non armata che, in poco più di un anno di vita, ha mosso compatti passi in avanti verso la riqualificazione dell'area grigia del mondo della private security.

Eccessive frammentazioni non aiutano le prospettive di sviluppo

Il riferimento è ai cd. servizi integrati (uno su tutti il portierato, ma anche reception, guardiana, ecc.), anche detti ausiliari o fiduciari, nonché agli investigatori privati, ex buttafuori, addetti ai servizi di controllo e steward: un'ampia gamma di servizi e professionalità che, se con sufficiente certezza sono inquadrabili al di fuori della "tradizionale" vigilanza privata armata, risentono tuttavia di perimetri incerti - spesso impro-

priamente oltrepassati - e a forte rischio aggressione da parte dei mercati vicini. Lo stato dell'arte, al momento della genesi del Patto, è a dir poco "confuso", caratterizzato da una - seppur fisiologica, in un primo momento - anomala proliferazione di associazioni datoriali, annessi enti bilaterali e CCNL, tutti a loro volta siglati con parti sindacali diverse. Una situazione di estrema frammentazione, chiara espressione di divergenze e personalismi indubbiamente penalizzanti per un comparto, al contrario, con grandi prospettive di sviluppo sul mercato.

Parliamo infatti di una realtà che, negli ultimi anni, ha conosciuto una crescita letteralmente esponenziale, al punto da ribaltare l'originario rapporto tra vigilanza armata e non.

Un mercato che, tuttavia, soffre di una forte deregolamentazione, dal momento che le molteplici norme, oltre a rivelarsi spesso lacunose, rimangono di frequente lettera morta a causa della mancanza di adeguati controlli. Il tutto a discapito sia delle aziende serie e "virtuose", quanto soprattutto dei lavoratori, sulle cui spalle ricade il peso del sommerso e di condizioni contrattuali

svantaggiose, che della qualità finale dei servizi. È in questo contesto che, agli inizi del 2014, Vigilanza Privata Online - testata giornalistica interamente dedicata alle varie anime dei servizi di sicurezza privata - lancia l'idea di un tavolo di confronto intorno al quale riunire le associazioni di categoria rappresentative del mondo della security non armata italiana (AISS, ANISI, AOSIS, FEDERPOL e PIÙ SERVIZI, nonché FEDERSICUREZZA, Federazione del settore della Vigilanza e

Spirito di coesione per tutelare l'interesse della categoria

Sicurezza Privata, in qualità di soggetto osservatore), con l'obiettivo di comporre le divergenze in atto e dare il via ad un coordinamento capace di "sbloccare" la situazione di *impasse* individuando un punto di coesione che consenta di tutelare al meglio gli interessi dell'intera categoria. Ed è così che, l'11 febbraio 2014, nasce il Patto italiano per la sicurezza non armata. Per comprendere più da vicino la genesi di questa iniziativa siamo andati direttamente alla fonte,



rubando per una volta il mestiere alla "interventrice ufficiale" del mondo della private security italiana, Ilaria Garafoni, direttore responsabile di Vigilanza Privata Online, soggetto concretamen-

te promotore del progetto. Come nasce l'idea del Patto?

Il comparto della sicurezza non armata, in Italia, conta ufficialmente - tralasciando il consistente peso del sommerso - oltre 100.000 addetti: numeri significativi che scontano tuttavia una forte frammentazione interna e una altrettanto ingestibile situazione di deregulation.

Stiamo parlando di una realtà importante, che addirittura all'estero - specialmente nei Paesi del nord Europa - riesce da sola a tenere a galla l'intero settore della sicurezza privata, ben più della stessa vigilanza armata.

In Italia, teoricamente, le potenzialità potrebbero non essere da meno, a patto però di riuscire a emergere da una "giungla" che, se sul fronte normativo assume i contorni di un vero e proprio far west, su quello contrattuale è ormai sul punto di soffocare in un intricato groviglio di personalismi che, a ben vedere, ad oggi hanno tutt'altro che contribuito a dare linfa al mercato.

La proposta di dare vita ad un coordinamento unitario, in grado di attribuire il giusto "peso specifico" al settore, è stata perciò accolta con grande entusiasmo,

e da un anno a questa parte le associazioni maggiormente rappresentative dei cd. "servizi integrati" stanno dimostrando di fare sul serio, fornendo un ottimo riscontro agli interrogativi lanciati dalla nostra testata al momento della nascita del Patto. Com'è possibile trovare un reale punto di convergenza tra anime così diverse?

È possibile perché, nonostante le umane divergenze, soprattutto in merito ai confini del cd. portierato, e le specifiche peculiarità di ciascuna categoria professionale, parliamo di realtà comunque "unite" da un forte denominatore comune: le diverse aziende che fanno capo alla compagine interassociativa del Patto sono tutte evidentemente riferibili allo stesso comparto, quello della sicurezza non armata.

Tutte le sigle partecipanti, fin dal primo incontro, hanno concordato nel ritenere necessario il superamento degli attuali limiti dell'impianto normativo e delle conseguenti distorsioni del mercato.

Quali gli strumenti e le strategie concretamente in atto?

Sono stati nominati due Comitati a composizione paritetica: uno dedicato alla riforma normativa e uno alla materia contrattuale giuslavoristica.

I due tavoli lavorano in parallelo per produrre, di concerto e in tempi brevissimi, delle regole eque - scritte da tecnici per tecnici - capaci di governare il settore sia sul fronte contrattuale (con uno strumento unico per gli operatori della sicurezza non armata), sia sul fronte

Necessario il superamento dei limiti normativi

strettamente normativo (con un elenco di istanze di riforma da rappresentare al Ministero dell'Interno).

Istanze la cui valenza sarebbe ovviamente rafforzata dal peso specifico generato da un'alleanza confederale e dalla sua maggiore rappresentatività nel campo dei servizi di sicurezza non

armata. Nel momento in cui si scrive, è in corso un accurato studio comparativo dei CCNL di settore, allo scopo di individuare concretamente i (non pochi) punti in comune tra gli stessi, così da elaborare una griglia di partenza da presentare in occasione del prossimo confronto interassociativo. L'analisi attualmente in atto sta mettendo in luce un'ossatura ampiamente uniforme dei diversi testi contrattuali, sia per quanto riguarda la parte economica - con differenze solamente lievi sul fronte retributivo - che quella normativa, in termini di mansioni; l'armonizzazione si renderà quindi necessaria essenzialmente sui

Individuare punti di convergenza per definire un contratto unico modulare

temi della flessibilità e degli orari. Un buon punto di partenza verso l'elaborazione di un contratto unico modulare quale strumento in grado di regolamentare adeguatamente una parte comune e varie parti "speciali", descrivendone puntualmente le caratteristiche e delimitandone le competenze, prevenendo in tal modo improprie invasioni dei settori limitrofi. L'aspettativa finale è quella di un contratto moderno, che recepisca anche la più recente normativa del lavoro in vigore, così da dotare il settore, in maniera concertata, di un robusto corpus di regole di base, idoneo ad instaurare un dialogo equilibrato con le controparti sindacali e anche a far fronte agli intenti "regolamentatori" del Ministero dell'Interno. Uno step tecnico fondamentale in vista dei passi successivi - prossimo incontro previsto per la fine di aprile -, oltre che propedeutico a dare corpo, voce e soprattutto peso - non solo contrattuale, ma anche politico, a livello di interlocuzione istituzionale - ad una realtà che necessita di emergere facendo leva su rinnovate e condivise fondamenta di qualità. • ©

EBITEV: UN SOGGETTO PER OFFRIRE ALLE PARTI PUBBLICHE OPPORTUNITÀ POLITICHE, ECONOMICHE E SOCIALI

Consolidarsi quale punto d'incontro fra domanda e offerta di lavoro



Intervista a Luigi Scardaone Segretario Generale Ebitev*

D. Il nostro giornale, per come Lei sa, affronta temi di categoria, nel settore Sicurezza e Vigilanza, oltre a fare giornalismo in generale, guardando a cronaca, attualità, approfondimenti nel sociale, economia, relazioni internazionali, legislazione. In merito alle Istituzioni e Organizzazioni rappresentative del Settore, vi è Ebitev, Ente Bilaterale Territoriale della Vigilanza Privata della Regione Lazio. Lei ne è il Segretario generale e pensiamo che potrà, dalle nostre pagine, offrire un profilo del Suo Ente.

R. EBITEV è un organismo paritetico nato nel 2006 - dopo 14 anni di mancato rinnovo del contratto provinciale della Vigilanza privata di Roma - su iniziativa delle OO.SS. dei datori di lavoro e dei lavoratori

più rappresentativi della categoria. È l'ultimo nato degli enti bilaterali nella nostra Regione. Al riguardo, le tre categorie dei lavoratori sono state antesignane, in un settore delicato qual'è il Terziario, poiché è dal 1970 che esiste un ente di Previdenza paritetico per garantire la cassa integrazione che, nel settore, è arrivata con 20 anni di ritardo. Ha natura giuridica di Associazione non riconosciuta e svolge la sua attività prevalentemente sulla formazione professionale per venire incontro in termini più rapidi possibili ai fabbisogni che le aziende hanno per affrontare sempre più e meglio l'evolversi che questo settore sta attraversando in termini tecnici ed organizzativi.

D. Si tratta del primo aspetto interno rivolto alla tutela delle attività delle aziende, dei loro lavoratori e al miglioramento complessivo dei potenziali tecnici e professionali. Tutto ciò, ci sembra preludio a una somma di

funzioni esterne di relazioni con l'apparato, in generale, dello Stato e delle sue Istituzioni.

R. È così. EBITEV è anche soggetto politico nei confronti delle parti Pubbliche instaurando con esse (Prefetture, Questure, Regione, Province e Comuni) rapporti positivi e costruttivi sulle politiche economiche e sociali inerenti il settore. Le parti che compongono l'Ente si sono sensibilizzate a tali funzioni, consapevoli che consolidamento e sviluppo dei ruoli sociali e aziendali devono trovare riscontro presso gli Organi dello Stato, per favorire confronto e dialettica, per il raggiungimento degli obiettivi di categoria.

D. Nell'approfondire la documentazione dell'Ente e l'attività espressa, risalta particolarmente una sua funzione mutualistica fra gli appartenenti.

R. È uno degli aspetti più perseguiti, ben evidente allorché ci si accosta e si guarda all'interno dell'Ente. A EBITEV è demandata tutela e salvaguardia di posti di lavoro per eventuali crisi in essere nelle Aziende. In presenza di problemi, quali possibili licenziamenti, sono previsti sostegni al reddito per quei lavoratori, nella provincia di Roma, che si trovassero in difficoltà.

D. Altrettanto fondamentale, ci sembra l'intervento dell'Ente in fatto di contenziosi e conciliazione.

R. Siamo consapevoli dell'importanza dell'Ente in fatto di gestione del rapporto di lavoro instaurato fra lavoratore e Azienda, qualora nascano dei contenziosi. EBITEV attraverso una Commissione di Conciliazione, istituita presso l'Ente stesso, svolge una preventiva funzione di conciliazione onde superare, per quanto possibile, il ricorso ad eventuali azioni legali che le parti potrebbero promuovere. La commissione ricerca quanto utile per evitare un contenzioso lungo e oneroso, e certamente dannoso per i soggetti in causa. Nel fare ciò si assume il compito di sottoporre proprie proposte alle parti in lite che, se accettate, determineranno percorsi brevi, agevoli e

non traumatici, nell'interesse anche della giustizia.

D. All'inizio della nostra intervista, Lei ha accennato allo sviluppo delle Aziende, aspetto sensibile per le funzioni dell'Ente. D'altra parte è sotto l'occhio di tutti come il Settore della Sicurezza Privata e della Vigilanza sia caratterizzato da un processo positivo di sviluppo economico, organizzativo e territoriale, constatando come, negli ultimi anni, il suo campo di azione si è particolarmente sviluppato. Quali ne sono i fattori?

R. Ciò è corretto e lo sviluppo è dovuto a fatti ben precisi, che non ho difficoltà a elencare.

• Al primo posto metterei gli scenari di terrorismo che ormai, e da qualche decennio, sono protagonisti a livello globale; e ciò ha indotto a sviluppare una politica di prevenzione.

• Lo sviluppo di nuove tecnologie ha contribuito in maniera non secondaria.

Esse sono sempre più sofisticate ed in continuo aggiornamento, e di esse il nostro settore è solito avvalersi tempestivamente.

• La necessità, sempre più impellente, da parte di musei e siti archeologici di tutelare il patrimonio e vigilarlo sia da danneggiamenti, furti, azioni vandaliche, attraverso l'apporto di guardie private, non solo ha creato nuove opportunità di interventi qualificati, ma ha anche contribuito a dare immagine, visibilità e funzione meritoria per la cultura ai nostri addetti.

• Non ultimo fattore è da ricercarsi nell'evoluzione legislativa del settore della videosorveglianza, che ha inteso assegnare nuovi compiti e attribuito competenze nuove agli istituti di vigilanza.

D. Ciò comporta un'attenzione organizzativa e formativa, poiché la crescita, per certi versi esponenziali, senza le cautele del miglioramento delle risorse umane, potrebbe rivelarsi fonte di danno e inconvenienti. Con quali investimenti tecnologici e attraverso quali miglioramenti delle risorse umane si è andati avanti?

R. EBITEV, quale espressione degli Istituti di Vigilanza Privata e delle corrispondenti Organizzazioni Sindacali dei lavoratori, si è posto come punto di riferimento per il governo di tale Formazione ed ha individuato i seguenti ambiti:

• La progettazione e la realizzazione di piani di intervento multi-disciplinari di settore per mantenere un'adeguata affermazione delle imprese della Vigilanza Privata nel mercato. Tale progettazione tiene conto necessariamente, oltre che delle esigenze dei lavoratori, degli aspetti tecnici/organizzativi delle imprese eventualmente coinvolte quali: le necessità operative, l'elevato numero dei destinatari degli interventi formativi, i tempi di realizzazione degli interventi.

• La rilevazione in modo sistematico e puntuale delle esigenze delle imprese aderenti a livello territoriale, quale punto di riferimento e osservatorio delle necessità e delle attese delle Aziende, in vista di impegnativi sforzi di aggiornamento professionale per i propri dipendenti.

• La Formazione continua e la consulenza a tutto il personale occupato inserito nelle imprese e a tutti i livelli contrattuali.

Questi, in concreto, gli obiettivi che EBITEV intende perseguire:

• Supportare lo sviluppo organizzativo e migliorare le condizioni lavorative dei dipendenti delle Imprese della V.P.

• Rafforzare l'integrazione territoriale di settore, coinvolgendo nelle attività da promuovere tutte le parti sociali.

• Formare i neoassunti e aggiornare professionalmente i lavoratori già inseriti in azienda.

• Individuare nuove opportunità di flessibilità del lavoro ed operare sulle flessibilità già presenti, migliorandone l'efficacia attraverso una diversa organizzazione.

D. Un pensiero o un proposito conclusivo.

R. L'ambizione paritetica (dei lavoratori e dei datori) è quella di far sì che l'Ente sempre più si consolidi quale punto di incontro fra domanda e offerta di lavoro, avendo a cuore l'obiettivo del benessere sociale e del progresso aziendale. • ©

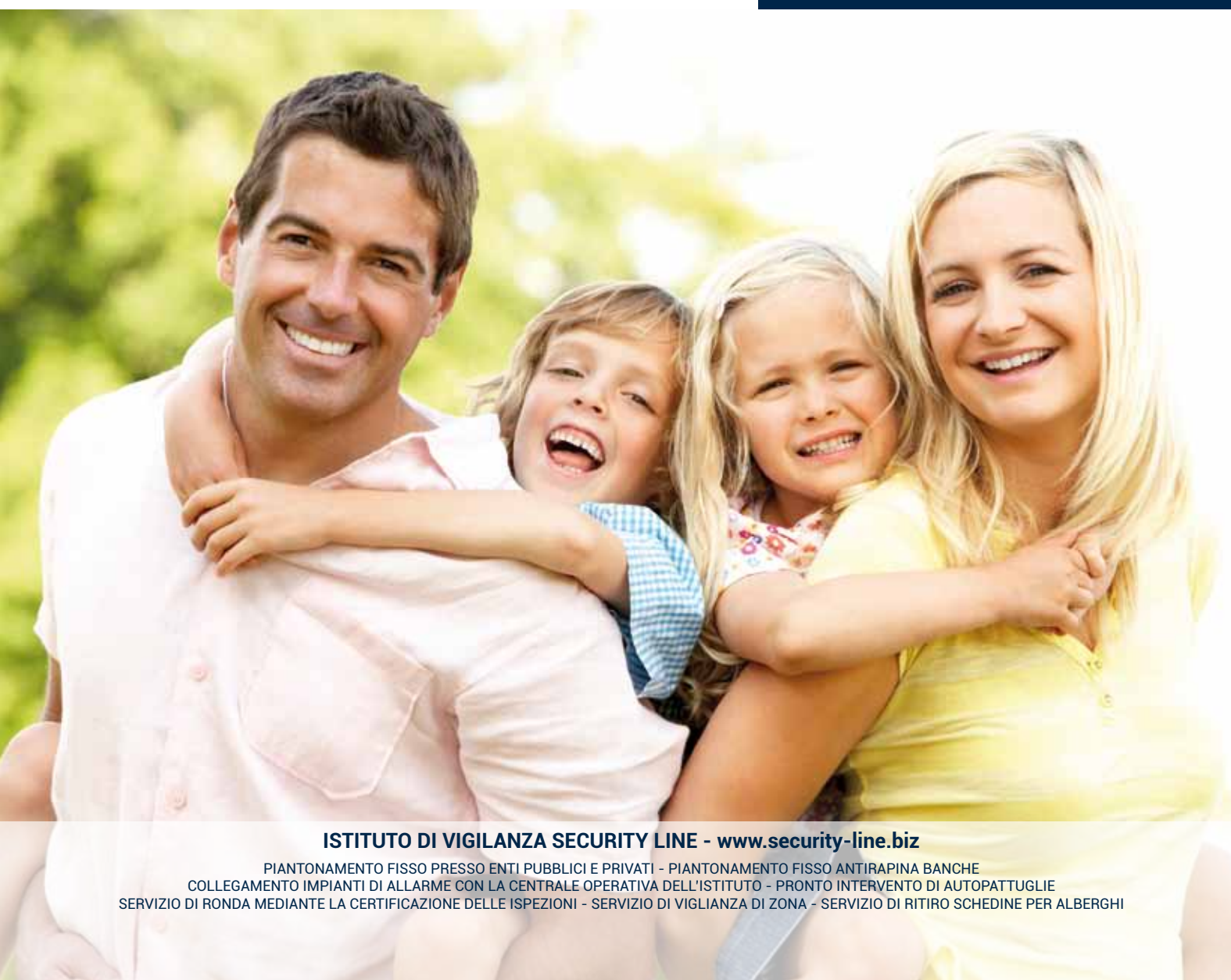
* Luigi Scardaone, fin dal 1969 svolge attività sindacale nella Uil, quale dipendente della Litton Business System. Dal 1972, lavora a tempo pieno quale funzionario di Uidacta nazionale (poi, a seguito della fusione con la federazione del Turismo, Uiltucs). Nel 1983 viene nominato Commissario della Uiltucs di Roma, entrando a far parte della Segreteria regionale; nel 1997 è eletto Segretario generale di Uiltucs di Roma e Lazio. In tale ruolo guida la Uiltucs - unica struttura della Confederazione - verso la realizzazione dei contratti territoriali in tutti i settori previsti dalla contrattazione nazionale. È membro del Comitato Centrale Confederale e della Direzione nazionale della Uil. Nel 2006 è eletto Segretario generale della Uil di Roma e Lazio. Pur non essendo omologabile alla loro ispirazione politica, repubblicani loro, socialista lui, si è formato sotto la guida di due dei fondatori della Uil, Giovanni Gatti e Raffaele Vanni.

PROTEGGI CHI AMI

Fra i grandi danni che ciascuno di noi può subire, uno dei più gravi è la perdita dei beni, a causa dell'aggressione al patrimonio. Un accurato servizio di vigilanza è fattore necessario, sia per prevenire e controllare, sia per dissuadere.



Vigilare, prevenire, proteggere.



ISTITUTO DI VIGILANZA SECURITY LINE - www.security-line.biz

PIANTONAMENTO FISSO PRESSO ENTI PUBBLICI E PRIVATI - PIANTONAMENTO FISSO ANTIRAPINA BANCHE
COLLEGAMENTO IMPIANTI DI ALLARME CON LA CENTRALE OPERATIVA DELL'ISTITUTO - PRONTO INTERVENTO DI AUTOPATTUGLIE
SERVIZIO DI RONDA MEDIANTE LA CERTIFICAZIONE DELLE ISPEZIONI - SERVIZIO DI VIGILANZA DI ZONA - SERVIZIO DI RITIRO SCHEDINE PER ALBERGHI

Società

Metromag # 9

AMBIENTE: PROSSIMA FERMATA PARIGI 2015... POI IL CASSANDRA CROSSING

*La questione ambientale è come un treno
cui si impedisce di fermarsi,
perché molti dei passeggeri
sono stati contaminati da un virus contagioso.*

di Mauro Pacetti

Come scrive Robert Katz nel suo romanzo, vi è un treno che prosegue, con la consapevole colpevolezza di chi può fermarlo, verso il *Cassandra Crossing*: un ponte fatiscante che non ne sosterrà il peso e crollerà, portandosi dietro quasi tutto il suo carico di vite considerate di scarto. Ciò che lascia esterrefatti è che si scopre che quel virus poteva essere combattuto semplicemente arricchendo l'aria di maggiore ossigeno, ma si preferisce che sotto il peso del treno crolli il ponte pur di non ammettere di aver sbagliato. Fuor di metafora, si tratta di inquadrare al meglio lo stato dell'arte della questione ambientale e capire se sia così indispensabile dare ossigeno al nostro pianeta per garantire (migliori) prospettive di vita alle generazioni che verranno.

I limiti dello sviluppo

Dovendo scrivere di *Ambiente* la prima domanda è se ci siano *limiti allo sviluppo*, come presagito da giornalisti e scienziati nel rapporto *The limits to growth*, o meglio se quell'opera, editata negli anni settanta del secolo scorso, fosse una provocazione, o ancora se gli scenari immaginati, che raccontavano le prospettive del sistema pianeta, dovevano essere considerati fonte di idee e suggerimenti per i governi del mondo e campanello d'allarme per la popolazione maggiormente sensibile verso un dato che è incontrovertibile: il nostro

pianeta è uno spazio finito e sono proprio i suoi confini a delimitarne la crescita economica e sociale. Il dibattito intorno alla *questione ambientale* trova linfa nel difficile compromesso fra sviluppo economico e salvaguardia ambientale. Una complessa dinamica che mette a confronto il popolo delle assoluzioni, giustificate da un ipotetico sviluppo economico, con coloro che invece chiedono sacrifici per contrastare il fenomeno del *global warming*. In campo internazionale la nozione di ambiente prende il via con la dichiarazione di Stoccolma del 1972. In tale *Conferenza sull'Ambiente Umano*, le Nazioni Unite sancirono l'avvio di una cooperazione diretta a mitigare l'acidificazione dell'aria, che trovò poi a Ginevra nel 1979 uno strumento applicativo vincolante. La *Conferenza* fece anche proprio il concetto di sviluppo sostenibile, che risiede nella capacità degli esseri umani di *rispondere alle esigenze del presente senza pregiudicare la capacità delle future generazioni di rispondere alle loro necessità*.

Sarà poi nel 1992 la *Conferenza di Rio* sui cambiamenti climatici – in cui 154 Paesi stipularono la *United Nations Framework Convention on Climate Change* (UNFCCC), una Convenzione quadro con l'obiettivo di contenere le emissioni di gas serra nell'atmosfera – a sancire il legame tra tutela ambientale e sviluppo economico.

E fu anche sancito il *principio della responsabilità differenziata* che evocava un doppio regime giuridico: uno per i Paesi sviluppati ed uno per i Paesi in via di sviluppo. La Convenzione di Rio, in vigore dal 21 marzo 1994, sancì alcuni principi – concetto quali l'*equità* – che rimanda a responsabilità differenziate in funzione delle singole condizioni di sviluppo e di intervento dei singoli Paesi – e la *precauzione* – che nell'incertezza delle conoscenze scientifiche deve essere utilizzata per rinviare interventi che possano provocare possibili danni irreversibili – che hanno ispirato l'azione degli incontri annuali della *Conferenza delle Parti*, contesto in cui si individuarono due forme di intervento strategico rubricate come *misure di mitigazione* e *misure di adattamento*. Sino allo Conferenza di Rio, in Europa erano stati approvati 4 programmi per l'ambiente, in cui furono sanciti i principi di prevenzione, importanza di informazione e formazione e del chi inquina paga (riparazione economica a fronte di un danno ambientale) commesso e non anche al danno provocato alla salute delle persone. Ciò in costanza del fatto, che le condizioni climatiche influenzano la condizione psico-fisica degli uomini. Già nel V sec. a.C. *Ippocrate* consigliava ai propri pazienti di *lasciare il clima che li aveva fatti ammalare e di scegliere le condizioni clima-*

tiche migliori per la cura della loro malattia (Pulcinelli, 2007). V'è da aggiungere che la dottrina internazionale non andava a codificare gli effetti sulla salute derivanti dai mutamenti del clima e tra questi "diffusione delle malattie infettive, contaminazioni alimentari determinate dal proliferare della mucillagine, reperimento sempre più problematico di acqua potabile sino ai rischi di desertificazione" (Messina, *Il deserto che avanza in Sicilia*), ai quali occorre aggiungere i danni alla salute da inquinamento dell'aria (indoor e outdoor), che ha causato nel 2012 la morte prematura di 8 milioni di persone.

Nel rapporto dell'OMS (2014) si è, in particolare, evidenziato il legame tra inquinamento ambientale e decessi provocati da cancro, ictus e malattie cardiache. Circa la questione ambientale, lo strumento più importante è il Trattato internazionale, *protocollo di Kyoto*, terreno di

aspro confronto tra i Paesi industrializzati, impegnati a difendere i loro interessi economici, i Paesi emergenti, che concentravano la loro attenzione sulla difesa della propria crescita economica e Cina, India e i restanti Paesi senza vincolo alcuno. Sulle tensioni della vigilia della firma del *Protocollo* (11/12/97) basta citare per tutti

Protocollo di Kyoto, terreno di aspro confronto tra Paesi industrializzati ed emergenti

il tentativo di impedirne la sottoscrizione da parte della *Global Climate Coalition*, un cartello di corporation e associazioni del settore dei combustibili (tra queste si ricordano BP, Shell, Ford Motor, Daimler Chrysler, Texano, GM), a partire dall'agosto del '97 in cui fu lanciata una campa-

gna finalizzata ad impedire agli Stati Uniti di sottoscrivere accordi relativi al settore dei combustibili. "La campagna prevedeva anche specifici spot televisivi nei quali si affermava che qualsiasi accordo preso a Kyoto avrebbe fatto salire di 50 centesimi il prezzo di ogni gallone di benzina" (Brown, *Bilancio Terra*, 2003). Kyoto può essere considerato il primo Trattato internazionale che attua strumenti flessibili sulla "spartizione dell'atmosfera" (Limes, *Il clima dell'energia*). Si tratta del commercio dei crediti, reso attuativo in Italia dal d.lgs. 216/2006, che ratificò: il *Commercio dei diritti di emissione* (*Emission trading*), secondo il quale gli Stati possono acquistare o vendere ad altri Stati tale diritto; l'Attuazione congiunta degli impegni (*Joint Implementation*), secondo il quale una società di un Paese industrializzato può realizzare un progetto di riduzione delle emissioni di gas serra in altro Paese

industrializzato; il *Meccanismo di sviluppo pulito* (*Clean Development Mechanism*), secondo il quale i Paesi industrializzati e ad economie in transizione possono realizzare, nei Paesi in via di sviluppo, progetti che conseguano un beneficio ambientale in termini di emissioni di gas serra e trasferire tali benefici (crediti) sull'obbligo relativo al proprio Paese (cfr. minambiente.it). Il dibattito internazionale si è sviluppato intorno agli incontri annuali tra delegazioni, concordato nella Conferenza di Rio del 1992. L'ultimo si è svolto nel dicembre del 2014 a Lima (COP 20) con l'annuncio di Cina e Stati Uniti che convergono sulla necessità di limitare le emissioni di CO₂. Ciò assume valore perché i due stati, con l'emissione rispettivamente di 8 e 5 miliardi di *tons* di CO₂ per anno, rappresentano il 40% del totale emissioni. In particolare, prima di raggiungere il punto di non ritorno, o se si preferisce il suicida

passaggio per il *Cassandra Crossing*, – che per gli esseri viventi significa stabilizzazione dell'aumento della temperatura di circa + 2°C – l'ecosistema, secondo il *World Energy Outlook*, può ancora tollerare l'emissione di mille miliardi di *tons* di CO₂, tetto che ove non intervenissero fattori di contrazione sarebbe raggiunto nel giro di circa 25 anni. Quindi, la reale possibilità di limitare le emissioni di CO₂ è strettamente correlato alle politiche dei governi mondiali, sui quali, pesano soprattutto l'incognita cinese, che si è data come picco massimo per le emissioni il 2030 (senza dare conto dei numeri), e quella americana che, pur prevedendo una riduzione del 27% di emissioni di CO₂ non ha ancora ratificato l'accordo sottoscritto nel 1997 a Kyoto. Le risposte dai grandi del nostro pianeta le avremo (forse!) nel prossimo incontro annuale (COP 21) che si svolgerà a dicembre del 2015 a Parigi, sotto la spada

di Damocle dell'annuncio del *Word Energy Outlook*: ancora mille miliardi di *tons* di CO₂ e poi l'umanità sarà costretta ad affrontare la fantascientifica impresa di passare ad emissioni Ø di CO₂. Di certo si è preso atto, e nei cittadini del pianeta aumenta sempre più la consapevolezza, che a fianco al carattere globale della crisi economica, che ha una sua ciclicità e temporaneità, si pone con la stessa dignità, ma con maggiore forza, la questione ambientale, che si caratterizza invece per la sua persistenza.

IPCC vs NIPCC: la questione ambientale e la compresenza dell'evolversi del sistema sociale e della difesa dell'ecosistema.

La *questione ambientale* si inserisce nel dibattito politico mondiale degli ultimi 25 anni, e si pone come momento di rottura dell'equilibrato evolversi del sistema sociale da una parte e dell'ecosistema



dall'altra. Così, ad imporsi all'agenda della politica sono le apprensioni dei governi, costretti a fare i conti con i limiti allo sviluppo suggeriti dalle elaborazioni di una parte consistente e ufficiale di teorici dell'ambiente raccolti nell'*International Panel on Climate Change* (IPCC), organismo istituito nel 1988, dal *World Meteorological Organization* e dallo *United Nation Environment Programme*, per elaborare una corretta letteratura relativamente a cambiamento climatico, impatto ambientale, adattamento e mitigazione dello stesso. Secondo tale organismo delle Nazioni Unite, le responsabilità dei cambiamenti del clima sono da addebitare all'attività dell'uomo. Ma un altro organismo, il *Nongovernmental International Panel on Climate Change* (NIPCC), si è costituito nel febbraio 2007 a Vienna – pur affondando le sue radici nel *Science and Environmental Policy Project* del 1992 – con gli stessi obiettivi dell'organismo delle Nazioni Unite: ovvero valutare a chi o a cosa addebitare le responsabilità dei cambiamenti climatici.

Il NIPCC giunge a conclusioni diverse ed opposte a quelle dell'IPCC: non è l'uomo, ma la natura, a condizionare i cambiamenti climatici. Con il rapporto *Climate Change Reconsidered* (2009) si formula, infatti, una critica alle conclusioni a cui giunge l'IPCC. Al riguardo, 31.748 scienziati americani hanno accompagnato l'uscita del rapporto *Climate Change Reconsidered*, sottoscrivendo una petizione con la quale ("there is no convincing scientific evidence that human release of carbon dioxide, methane, or other greenhouse gases is causing or will, in the foreseeable future, cause catastrophic heating of the Earth's atmosphere and disruption of the Earth's climate"); si sosteneva che non vi erano prove scientifiche convincenti che a provocare il riscaldamento globale del pianeta fosse il rilascio di CO2.

Ad avviso di chi scrive, occorre andare oltre la polemica teorica sui rischi che si corrono con il *riscaldamento globale*, per concentrare sforzi ed attenzione intorno al concetto di *sostenibilità*, che a partire dal vertice di Rio del 1992 sta a significare che possiamo chiedere alla natura quanto la natura stessa riesce a riprodurre nel suo ciclo. Non si vuole entrare nella *querelle* tra scienziati, ma capire come i fattori che intervengono sull'ambiente interagisca-

no con lo stesso.

Tali fattori, secondo l'intuizione di *Dunlap e Catton*, che alla fine degli anni '70 (in *Cause e conseguenze del mutamento ambientale*) già ponevano in stretta relazione gli aspetti critici del rapporto bidirezionale sistema sociale/sistema ambientale, riguardano l'intero ecosistema e sono rinvenibili nella popolazione, nella tecnologia, nei sistemi: culturale, sociale e della personalità.

Con Dunlap e Catton si supera la posizione teorica di quanti facevano riferimento all'*eccezionalismo umano* spostando, con ciò, l'attenzione del dibattito dall'antropocentrismo al biocentrismo. Secondo i due scienziati americani *sebbene gli uomini posseggano caratteristiche eccezionali, essi rimangono una fra le molte specie che sono coinvolte in maniera interdipendente nell'ecosistema globale*. Poi, lo spostamento del dibattito dall'antropocentrismo al biocentrismo era giustificato da tre proposizioni paradigmatiche: *la prima*, che

Mutamento ambientale globale: posizioni scientifiche controverse e anche le Nazioni Unite non sono da meno

gli esseri umani, ancorché esseri eccezionali, sono solo una delle specie e sono interdipendenti con le altre che determinano la nostra vita sociale; *la seconda*, che i legami complessi di causa ed effetto e di retroazione producono conseguenze impreviste; *la terza*, che esistono limiti fisici e biologici che si oppongono alla crescita economica e al progresso sociale. Siamo davanti ad una vera e propria rivoluzione dettata dall'ambiente e dai suoi derivati, e che si va ad innestare sulla scia delle precedenti: politica – figlia della *Rivoluzione francese* – ed economica, che tanti riflessi ha avuto sulla vita dei cittadini, nota come *Rivoluzione industriale*.

Già *Eraclito* ci lasciava in eredità la considerazione secondo cui "Se interveniamo nei processi della natura dobbiamo stare attenti a ripristinare il suo equilibrio" (frammento). Su una considerazione vi è unanime consenso: i gas-serra aiutano la terra a mantenersi calda e senza di essi avremmo temperature mediamente più

basse di oltre 30°C. Per ciò il dibattito si concentra, così, sui modelli matematici in grado di spiegare il rapporto intercorrente tra l'uomo e il pianeta, con a base il riferimento al riscaldamento della terra in epoche precedenti.

Ed è questo il punto che fa maggiormente discutere: ovvero, se è l'attività antropica a determinare attraverso l'emissione di CO2 il riscaldamento della terra, oppure se tale riscaldamento si deve ad altre ragioni, e tra queste le variazioni dell'attività solare. Al momento non si tratta di condannare o assolvere le attività dell'uomo, in quanto non c'è un paradigma universalmente condiviso dalla comunità scientifica che spieghi con un modello matematico il fenomeno del riscaldamento del pianeta, ma piuttosto si tratta di indagare le correlazioni che si stabiliscono tra la società nel suo complesso e il mutamento dell'ambiente. Si tratta di comprendere, prima, e spiegare, poi, come il sistema sociale interviene sull'ambiente e come l'ambiente, così modificato, reinterviene sul sistema sociale in un processo costante di azioni e retroazioni, di cause e conseguenze. Si pensi, ad esempio, al problema collegato alla crescita demografica in un ambiente che è "finito", o ancora agli impatti negativi figli dell'evoluzione tecnologica, o ancora a alterazione e dissipazione di risorse naturali, in una società che si dibatte tra sollecitazioni ambientaliste e istanze di sfruttamento dell'ambiente dettate da esigenze economiche.

Così, il decisore politico è chiamato a prendere una posizione non solo e non già sulla scorta delle posizioni figlie dell'attività scientifica, ma anche e soprattutto in funzione dei fattori collegati al benessere degli attuali abitanti del pianeta e in funzione anche degli abitanti futuri. Insomma, per far star bene le popolazioni occorre far crescere il PIL e ciò equivale, nelle società progredite e in via di sviluppo, a far crescere simbioticamente economia ed inquinamento.

La maggiore produzione, al fine di far crescere il PIL, crea inquinamento che, a sua volta, stimola l'economia, rendendo necessarie nuove spese al fine di fronteggiarlo (cfr. Latouche, *L'altra Africa*).

Il dibattito è aperto e restano lontane soluzioni condivise in quanto il concetto che sottostà al tutto, quello di *utilità sociale* (cfr. Lemme, *Articolo 41 costituzione*

e sviluppo sostenibile: contrasto o concordanza?), sconta difficoltà e contraddizioni che non consentono risposte sufficientemente definite.

Il fenomeno del *global warming* e il difficile compromesso tra necessità di sviluppo e salvaguardia dell'ambiente.

Per cui, la *questione ambientale* si caratterizza per una sua contraddittorietà valoriale di base: per un verso l'uomo si presenta, infatti, come l'elemento centrale dell'ecosistema e, per altro verso, gli si addebita di intervenire distruttivamente sui cicli naturali alterando, in particolare, la fascia di ozono presente nel secondo strato dell'atmosfera e riducendo con la sua attività la presenza delle biodiversità. L'uomo, poi, deve anche fare i conti con una società planetaria strutturalmente e culturalmente confligente, nella quale coabitano società pre-industriali e post-industriali, che rappresentano il confine entro il quale si materializzano tutta una serie di società con accezioni e sfumature diverse. Quindi, una società planetaria in cui ambiente naturale e ambiente costruito vivono un loro equilibrio fortemente precario. Tale precarietà porta e comporta squilibri che concorrono a far concentrare l'attenzione delle popolazioni del pianeta, ed in particolare delle comunità scientifiche, sul *global warming*, un fenomeno globale e che va, quindi, oltre i singoli fenomeni che alterano il nostro ecosistema. Tra i fenomeni che animano il dibattito politico e scientifico ci sono, oltre al richiamato incremento dei gas serra, emissioni di gas che influenzano l'alterazione dello strato di ozono, riduzione delle biodiversità e problematiche collegate alla deforestazione. Date le numerose variabili che concorrono a determinare il mutamento ambientale globale, non solo siamo in presenza di posizioni scientifiche controverse, ma anche la posizione prevalente, (Nazioni Unite), sul tema del riscaldamento globale lascia adito a dubbi, in quanto, ad esempio, nel presentare uno studio previsionale per il 2100, individua, tra 40 possibili scenari (e anche qui l'alea di dubbio relativa al realizzarsi del previsto scenario è notevolmente elevata), un aumento di temperatura che oscilla tra 1,4 e 5,8 gradi, quindi, con un'approssimazione di ben 4,4 gradi. Al riguardo, il rapporto WEO-2009 aveva delineato due possibili scenari. Un primo riferito a una sostan-

ziale assenza di modifica delle politiche attuate dai governi, definito *Scenario di Riferimento*. Secondo tale previsione la domanda mondiale di energia primaria sarebbe aumentata dell'1,5 % annuo con orizzonte temporale 2030.

Un secondo, invece, definito *Scenario 450*, che rimandava a politiche collettive d'intervento, tese a portare la concentrazione nell'atmosfera dei gas ad effetto serra ad una quota predeterminata pari a 450 parti per milione. Diviene così fondamentale seguire delle linee guida, così come indicato nel rapporto *Mondo Efficiente* (WEO 2012), nelle quali l'attenzione per l'efficienza energetica sia parte integrante dei processi decisionali dei governi, secondo il quale l'applicazione delle linee guida sull'*efficienza energetica* potrebbe contribuire al piano per la stabilizzazione in 20C di aumento della temperatura, obiettivo che ogni anno sembra più difficile da raggiungere.

Anzi, nel *Rapporto* si specifica che *se entro*

COP 21- Parigi dicembre 2015: l'umanità sarà costretta ad affrontare l'impresa di passare ad emissioni Ø di CO2

il 2017 non verrà intrapresa alcuna azione per ridurre le emissioni, le infrastrutture connesse al settore energetico esistenti in quel momento produrranno l'intero volume di emissioni di CO2 consentite nello Scenario 450 (WEO 2012). Facendo riferimento alle misure già annunciate dai governi (efficienza energetica, riduzione dei sussidi a favore dei combustibili fossili e sostegno alle fonti rinnovabili) il rapporto WEO 2013 mette sull'avviso che le *emissioni di CO2 legate all'energia aumenteranno ancora del 20%* con orizzonte temporale 2035, e questo comporterebbe un *aumento della temperatura media mondiale di lungo termine di 3.6°C* (WEO 2013), certamente superiore a quanto internazionalmente concordato: stabilizzazione a lungo termine di un aumento della temperatura pari a 20° C. Occorre ancora precisare che la comunità scientifica, nel quadro del mutamento ambientale globale, si è concentrata sulle conseguenze derivanti dal c.d. *greenhouse effect* (effetto serra),

polarizzando il dibattito che ha coinvolto e legato in un nodo trilatero il decisore politico ai movimenti ambientalisti e alle popolazioni.

C'è poi – con riferimento a CO2 – un'altro elemento di riflessione: il superamento della congettura secondo cui dall'inizio dell'era industriale il pianeta si è andato via via riscaldando. La congettura è stata abbandonata quando si è scoperto che:

1) *il pianeta si sta riscaldando non da 150 anni ma da 400 anni;*

2) *il pianeta fù più caldo di oggi in passato (ad esempio 6000 anni fa e 1000 anni fa);*

3) *non v'è alcuna correlazione temporale tra le emissioni antropiche – esponenzialmente e senza sosta crescenti – e le temperature globali – la cui crescita ha subito inversioni e arresti;*

4) *non v'è alcuna correlazione spaziale tra la teoria e le misure: quella prevede un accentuato riscaldamento della troposfera equatoriale a 10 km dalla superficie terrestre, queste registrano, lassù, un rinfrescamento* (cfr. Battaglia, Il Giornale, 2009).

Se ciò corrispondesse al vero, ad essere assolute sarebbero le attività antropiche dell'uomo. Resta però il fatto che nel consueto rapporto di fine anno, l'*International Energy Agency* (IEA) ha stimato nell'Energy Outlook 2014, che la domanda globale di energia, con orizzonte temporale 2040, crescerebbe del 37%, con: aumento del 60% delle energie rinnovabili e del nucleare; incremento del 15% di utilizzo di carbone; aumento del consumo del gas naturale pari ad un più 50%; permane, invece, ancora qualche dubbio sulle stime relative all'utilizzo del petrolio.

Tali previsioni sono in linea con l'Energy Outlook 2012 e 2013, in cui era prevista una domanda di energia mondiale, con orizzonte temporale 2035, superiore del 34%. La presente analisi lascia quindi presagire che il dibattito intorno alle tematiche ambientali è appena aperto e che la vera partita che giocheranno le potenze economico-politiche, nel dicembre 2015 a Parigi (COP 21), sta nell'istituzione di un governo planetario e sovranazionale con un unico punto all'ordine dei lavori: dare più ossigeno al pianeta per non dover decidere un giorno intorno al passaggio sul *Cassandra Crossing*.

E questo lascia presagire anche posizioni estreme di intervento con ricadute sociali ad oggi non previste né prevedibili. •©

EXPO 2015: CONOSCERLA PER CONTRIBUIRE ALLA VITA

*Un miliardo di persone
non ha il cibo necessario
alla sopravvivenza*

di Dario Tarsia

Milano ospiterà l'Expo 2015, ma molti disconoscono l'effettiva rilevanza di una così importante esposizione universale, la cui prima manifestazione nasce a Londra nel 1851 e che, da allora, con cadenza regolare si svolge in diverse città coinvolgendo sempre milioni di visitatori da tutto il mondo.

L'obiettivo delle esposizioni universali è mostrare lo *state of the art* del progresso tecnologico e industriale in grado di migliorare sensibilmente le condizioni di vita sociali ed economiche non solo di una *élite* di nazioni bensì di tutto il Pianeta.

“Nutrire il pianeta. Energia per la vita” è il titolo di Expo 2015 a Milano. È chiaro quindi che il tema sarà l'alimentazione e per capirne il perché basta esaminare i dati forniti dalla FAO: circa 1 mld di perso-

ne non riesce ad avere il cibo necessario alla sola sopravvivenza.

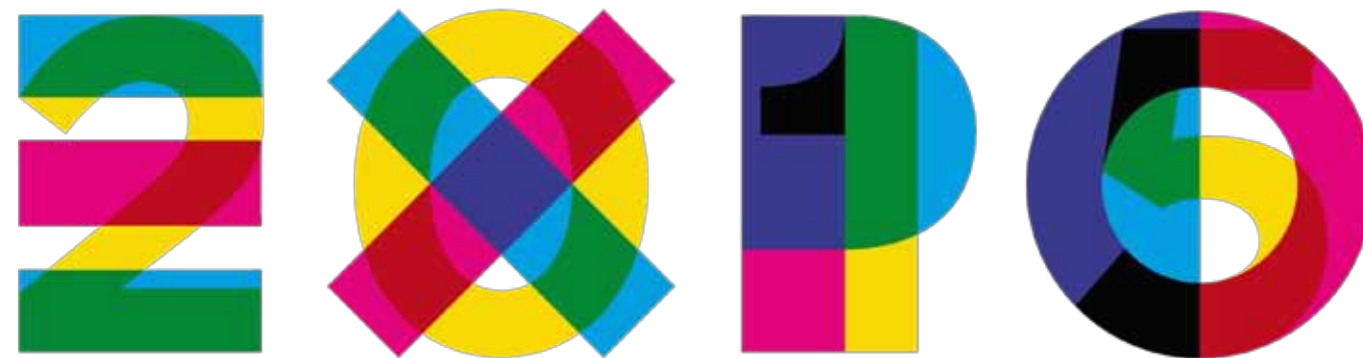
Expo 2015, tecnologie e programmi di respiro internazionale per diffondere il principio dello sviluppo sostenibile

E la congiuntura economica che attanaglia i diversi continenti non alimenta la speranza di uno sforzo universale per risolvere o attenuare tale drammatica realtà. Dare visibilità a tecnologie e programmi di respiro internazionale per diffondere il principio dello sviluppo sostenibile ed *eco-friendly* diviene obbligo

morale, oltre che civile e sociale.

Considerata l'importanza della problematica legata all'alimentazione, e con l'intendimento di capillarizzare gli specifici significati della manifestazione, il Comitato Scientifico dell'Expo ha articolato il tema centrale in sei sottotemi. Analizzarne i contenuti dà la possibilità di vivere un'esperienza più consapevole e appagante.

1 - La Scienza per la sicurezza e la qualità del cibo Fattori climatici e depauperamento delle risorse sono rischio e causa della denutrizione: *must* è assicurare un sufficiente livello di scorte alimentari, base per creare sicurezza per le popolazioni. Alla sicurezza alimentare occorre affiancare le qualità nutrizionale, organolettica, igienico sanitaria, commerciale,



presupposti per facilitare godimento e conservazione dei prodotti. In tale direzione le tecnologie diventano imprescindibili e fondamentali.

2 - L'innovazione nella filiera alimentare

Gli alimenti che ogni giorno arrivano sulle nostre tavole in gran parte subiscono una trasformazione industriale. Anche i frutti della terra subiscono i cambiamenti dei nostri stili vita e dei differenti bisogni nutrizionali. Sono il risultato di tecniche di allevamento o coltivazione non autentica. Innovare nella filiera alimentare diviene funzione vitale per rispondere ai nuovi bisogni e alle esigenze degli stili di vita moderni e per rendere informazioni più trasparenti sulle caratteristiche nutrizionali e sull'origine dei prodotti.

Alcuni Dati.

Sede principale Expo Milano 2015: Nuovo Polo Fieristico Rho Pero. Estensione: superficie di circa di circa 2 milioni di m² (una delle più grandi d'Europa). Area zona espositiva: circa 400 mila mq. Superfici all'aperto: 60 mila mq. Superfici al chiuso: 345 mila mq. 8 padiglioni: 6 su un piano e 2 su due piani. Superficie singolo padiglione: 37 mila mq, accompagnati da strutture per servizi, parcheggi, strutture alberghiere. Superficie verde: 180 mila mq.

3 - Tecnologia per l'agricoltura e la biodiversità

La capacità produttiva del settore agroalimentare è oggi dovuta alle nuove metodologie di raccolta e alle tecniche per abbattere scarti di produzione e perdite di prodotti maturi e a ciò con-

tribuisce fortemente lo sviluppo tecnologico dei macchinari agricoli. La ricerca, a sua volta, gode di investimenti in costante aumento per miglioramenti genetici delle sementi e per il mantenimento del patrimonio genetico esistente, attraverso conservazione e valorizzazione della biodiversità.

4 - Educazione Alimentare Un consumatore più "educato" è in grado di fare scelte consapevoli, influenzando così il mercato globale. E tale atteggiamento muove dalla capacità e dall'abitudine a leggere e comprendere le etichette dei prodotti e ad avere consapevolezza dei processi che vanno dalla produzione al consumo.

5 - Solidarietà e la cooperazione alimentare

Numerose ONG si incontreranno e affronteranno temi di cooperazione e assistenza allo sviluppo in favore delle popolazioni costrette a lottare per la sola agricoltura di sussistenza, a causa di guerre, instabilità politiche, clima, territorio. Lì dove le condizioni politiche e sociali lo permetteranno, piccole infrastrutture di base (reti idriche, piccoli caseifici e scuole per l'insegnamento delle basi di tecniche di coltivazione), saranno decisivi per migliorare la produttività.

6 - L'alimentazione per uno stile di vita migliore

L'Unesco ha dichiarato la dieta mediterranea patrimonio dell'umanità. "Dieta", dall'etimo greco, "stile di vita", l'insieme cioè di pratiche, conoscenze, abilità con le quali le popolazioni del Mediterraneo hanno creato nel corso dei secoli una sintesi tra ambiente culturale, organizzazione sociale e universo religioso intorno al cibo. Tale "benefit", naturalmente va interpretato, tenendo con-

to che, seppur la fisionomia del corpo è uguale per tutti e quindi richiede gli stessi principi nutritivi, il medesimo modello di dieta non può essere valido per ogni clima latitudine del mondo.

7 - L'alimentazione nelle culture e nei gruppi etnici

I popoli vivono culture e tradizioni culinarie, specchio della loro storia e delle loro differenti emozioni e passioni, sino a identificarsi con il concetto "siamo quello che mangiamo". L'Italia e il suo caleidoscopio di ricette sarà certamente il riferimento più vario, più creativo, più "colto", ma l'Expo sarà l'occasione unica per scoprire e rimanere affascinati dal confronto fra le culture del cibo – quella italiana in primo piano – di tutto il mondo, dai profumi e dai sapori tutti in un'unica esperienza, che diverranno valori della civiltà universale. I 154 paesi partecipanti sono chiamati a creare questi valori mettendo in "vetrina" la maniera con la quale la propria cultura e le proprie tradizioni, interpretando i temi dell'Expo, potranno contribuire a combattere la fame per un futuro più equo tra paesi in via di sviluppo e paesi avanzati. • ©



IL MERCATO DEI GIOCHI ONLINE IN ITALIA

Un'“industria” minacciata, tra criticità e necessità di innovazione

di **Alessandro Scordari**

IL GIOCO ONLINE IN ITALIA

Può essere uno dei segnali dei “vezzi” dell'uomo, può essere segnale del momento di traversia economica, nella quale ci si affida anche alla buona sorte dello scommettere, può essere una declinazione delle tante sfaccettatura on-line, può essere semplicemente e organicamente frutto della globalizzazione. Il fatto è che il mercato del gambling in Italia, o utilizzando il termine più conosciuto, il mercato del gioco d'azzardo, dalla sua liberalizzazione ha seguito una dinamica di crescita tanto da essere stato definito la terza “impresa” per movimentazione di denaro. Un mercato di certo dinamico e mutevole, soprattutto in questi ultimi anni, che vede protagonista una filiera composta da numerose aziende italiane e straniere. Del mercato del gambling se ne parla molto: a livello politico, a livello mediatico, a livello sociale. Ma paradossalmente è un'industria di cui si conosce molto poco o sulla quale c'è molta disinformazione. Per fare luce e capirne evoluzione, dinamiche, reali valori in termini economici, con particolare attenzione al settore del Gioco a Distanza (o anche detto online), Metromag ha chiesto all'Ing. Alessandro Scordari, Responsabile Affari Istituzionali e Operazioni di Paddy Power, noto player internazionale che opera nel mercato regolamentato italiano, di scrivere un “pezzo” per fornirci una visione generale attraverso un'analisi delle diverse variabili, storico-economiche, che stanno alla base di questo business.

“I FATTORI DELLA PRODUZIONE”

Per comprendere le dinamiche del Mercato dei Giochi Online, è necessario tenere presente 3 dimensioni principali:

- La **Raccolta** (tecnicamente, Turnover), ossia l'ammontare di denaro che i giocatori puntano attraverso i vari giochi offerti dagli operatori con apposita concessione rilasciata dallo Stato;
- Le somme restituite in **Vincite** (o Payout), l'ammontare del denaro che ritorna al giocatore col verificarsi dell'evento pronosticato (ad esempio vincita della squadra di calcio pronosticata, numero alla roulette precedentemente scelto, estrazione dei numeri della cartella di bingo acquistata all'inizio della sessione di gioco, etc.);
- La **Spesa** (o conosciuta con l'acronimo GGR, Gross Gaming Revenue), differenza tra Raccolta e vincite restituite ai giocatori; costituisce il ricavo lordo delle società autorizzate ad erogare giochi per conto dello Stato italiano.

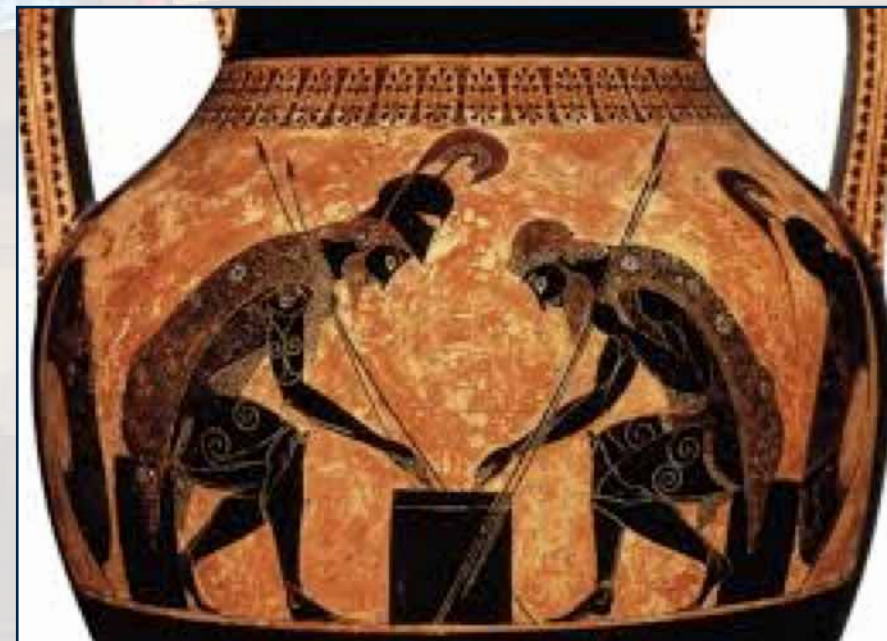
Questo è lo strumento sul quale è possibile fare ogni sorta di ragionamento costituendo l'esborso effettivo dei giocatori. Quindi a titolo esemplificativo, consideriamo due giocatori che scommettono entrambi 10€ su esiti differenti dello stesso evento sportivo: la partita Milan - Genoa. Il primo giocatore prevede la vittoria del Milan (con quota, ossia fattore moltiplicativo della puntata scommesse, 1.95). Il secondo invece, in base alle proprie conoscenze sportive e/o

alle statistiche consultate, crede che la partita finisca in parità (in questo caso il Concessionario di gioco offre sul proprio sito online una quota ben più alta ossia 3.60). La partita termina col risultato di 2 a 1, sancendo la vittoria del Milan, pertanto il primo giocatore avrà vinto un totale di 19€ e 50 centesimi, il secondo giocatore invece non avrà diritto a vincita alcuna. Per ripercorrere questo avvenimento attraverso le grandezze sopracitate avremo: una Raccolta totale di 20€, Vincite per 19.50 €, e quindi una Spesa o entrata lorda per il Concessionario di 50 centesimi. Ovviamente le variazioni di tipologia di giocata così come di gioco sono molteplici ma il concetto resta invariato. A valle delle dovute premesse è possibile fare delle valutazioni di carattere economico per quanto concerne la crescita o meno dell'industria dei Giochi online in Italia. Una fonte autorevole quale l'Osservatorio dei Giochi Online, promosso da Politecnico di Milano, Agenzia delle Dogane e Monopoli e da Sogei, attraverso un appuntamento annuale, condivide i principali dati di mercato. Anche quest'anno il verdetto è stato chiaro, contrariamente a quanto alcune note testate giornalistiche nazionali dichiarano ciclicamente, il mercato, in

termini di Spesa, non cresce dal 2011. Pertanto è vero che si parla del mercato dei giochi come terza industria in Italia, ma si fa riferimento a quel “movimentato” che è ben lontano dal fatturato delle aziende come invece troppo spesso si lascia intendere. Così per fare un parallelo con alcuni principali mercati digitali in Italia nell'anno 2014, abbiamo i 728 milioni di Spesa del Gioco a Distanza, ben al di sotto del fatturato dei Digital Content (acquisto di applicazioni per smartphone, news a pagamento, musica, etc.) di €1.5 Mld (con incremento del 7% vs 2013) ed eCommerce con fatturato di €13.3 Mld (+17% rispetto al 2013).

GENESI

Alla domanda su dove e quando sia nato il gioco d'azzardo, la risposta risulterebbe semplice: con l'umanità. Infatti le prime testimonianze di giochi di dadi (la stessa etimologia della parola deriva dal francese “hasard”, che a sua volta è dall'arabo “az-zahr”, ossia «dado») risalgono alla Cina del periodo compreso tra il 5000 e 4000 a.c.; gli antichi Egizi intorno al 2000 a.c. crearono i primi dadi a 6 facce regolari simili a quelli odierni. Così come anfore greche riportano il Pelide Achille intento nel gioco dei dadi



Achille gioca a dadi con Aiace, vaso in tomba etrusca datato circa 540 a.C.

con Aiace Telamonio, gli antichi Romani usavano scommettere su gare di bighe e combattimenti tra gladiatori. Il gioco online, a valle della reale diffusione di massa della rete Internet con tecnologia WWW (1995), nell'anno 2000 era controllato da operatori stranieri e allibratori illegali che movimentavano verso l'estero centinaia di miliardi di vecchie Lire. Con decreto del Min. Fin. 2001, venne estesa alla totalità dei giochi l'apertura nei confronti del gioco telefonico e telematico. Si consentì, così, alle agenzie di scommesse di servire a distanza i propri clienti abituali, accettando scommesse per via telefonica. Nel 2003 l'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato (AAMS, attuale Agenzia delle Dogane e dei Monopoli - ADM), che da poco aveva assunto tutte le fun-

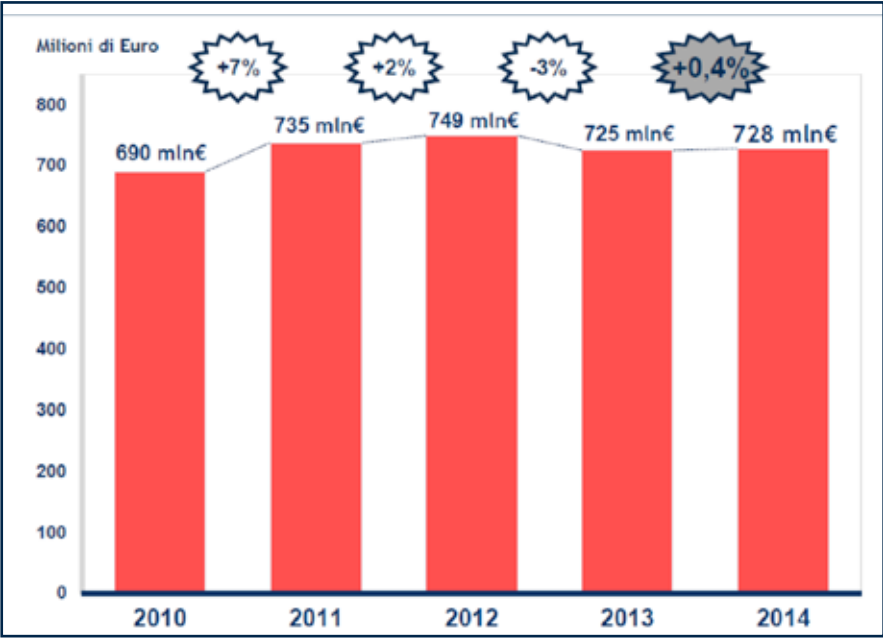
Il mercato legale del gioco non cresce dal 2011

zioni in materia di giochi, scommesse e concorsi a pronostici, avviò sperimentalmente la raccolta delle scommesse telematiche e telefoniche, autorizzando singolarmente i concessionari richiedenti. Il gioco a distanza venne quindi ideato con una forte componente di controllo e identificazione di tutti i giocatori: da qui l'obbligo dei clienti all'apertura di un conto di gioco nominativo gestito dal concessionario stesso ma comunicato e autorizzato dal “totalizzatore nazionale” ossia il sistema centrale di Sogei. Così come l'apertura del conto anche i movimenti finanziari (giocate, depositi e prelievi di denaro attraverso i metodi di pagamento scelti dal cliente) devono essere trasmessi al sistema gestito da SOGEI SpA, nell'interesse di ADM. Con il D.L. 4/07/06, n.223 (c.d. decreto “Bersani”), si introdusse per la prima volta la specificità delle concessioni per la raccolta “online”. Da quel momento molte società si atti-



varono, o perfino vennero fondate, per acquistare le concessioni necessarie ad operare in questo nuovo mercato: è il caso di Gioco Digitale, nato nello stesso anno, fu il primo operatore a focalizzarsi interamente sulla raccolta telematica. Nel dicembre 2006 ADM introdusse le lotterie istantanee con partecipazione a distanza (lotterie telematiche), assoluta novità per il mercato italiano. Si tratta della trasposizione telematica di un prodotto già esistente sul mercato fisico da 12 anni: il “Gratta & Vinci”. Il 2008 fu l’anno del lancio del poker online con soldi veri nella modalità “torneo”. Negli anni successivi, il legislatore ha inteso ampliare costantemente la gamma

di giochi disponibili online; per esempio il SuperEnalotto online venne introdotto a luglio 2009, mentre il Bingo online partì alla fine di dicembre dello stesso anno. Il 2011 è l’anno dell’ulteriore ampliamento del portafoglio di giochi telematici di ADM; si parla essenzialmente dell’introduzione del poker in modalità cash e dei giochi da casinò online. Inoltre il 2011 ha segnato un’ulteriore evoluzione in termini di offerta, in quanto la pubblicazione del bando di gara relativo all’integrazione delle concessioni già in essere è stato esteso a 200 nuove concessioni per l’esercizio dei giochi a distanza, opportunità aperta a tutta Europa.



Andamento della spesa relativa al Gioco a Distanza negli ultimi 5 anni

Questo ha di fatto incrementato la concorrenza del settore, fornendo ulteriori elementi di regolamentazione in termini di tutela dei consumatori e degli interessi pubblici. Nonostante quindi l’entrata di vari players esteri (Paddy Power stessa ha usufruito di questa opportunità lanciando la propria offerta nel maggio 2012), risulta ancora evidente un gap tra offerta .it ed offerta .com: si rendono pertanto necessarie misure correttive per permettere agli operatori online di competere alla pari con il mercato illegale.

PROSPETTIVE

A valle delle considerazioni fatte relative allo stallo del volume di Spesa e nonostante l’intensa attività regolatoria degli ultimi 10 anni, il futuro di questa industria attraversa un momento deli-

Il mercato illegale: minaccia economica del settore e deficit nella tutela del giocatore

cato in cui tutti gli operatori legalmente autorizzati alla raccolta del gioco devono fare fronte comune contro i fattori che minacciano costantemente il settore. Tra i principali fattori possiamo considerare la competizione. Questo potrebbe non costituire una novità, così come in un libero mercato la sana competizione favorisce il consumatore contribuendo a più ampie offerte di prodotti/servizi (nel nostro caso specifico giochi in numero e varianti), a prezzi più vantaggiosi (si pensi alle quote delle scommesse sportive o a jackpot di importi più elevati per i casino games) e a maggiore qualità degli stessi. Purtroppo nel caso dell’industria del gioco, sia offerta attraverso canale fisico che online, la competizione si deve confrontare anche con un mercato parallelo ed illegale, fortemente presente nel nostro Paese e costituito da quelle



- società straniere che operano senza concessione dello Stato. Per gli operatori illegali ne derivano vantaggi competitivi difficilmente eguagliabili di cui riportiamo alcuni esempi:
 - dal mancato pagamento delle tasse legate alle transazioni di gioco, gli operatori illegali, oltre a disporre di maggiori guadagni, possono erogare un’offerta di prezzi più competitiva ed attraente per il cliente finale;
 - mancati costi di concessione e certificazione dei prodotti da parte di enti terzi autorizzati;
 - rapidità nei pagamenti come nel caso delle scommesse sportive, per le quali non bisogna attendere l’esito finale certificato dai Monopoli;



- più flessibilità e più ampio portafoglio prodotti (a titolo esemplificativo basti pensare ai limiti di puntata minima di 2€ o vincita massima di 10.000€ a cui devono sottostare le scommesse sportive legalmente offerte, limiti che non esiste per l’offerta illegale). Quindi vediamo da un lato il proliferare di operatori illegali, fisici e online (la Guardia di Finanza, annualmente, produce un report dei dati emersi) dall’altro il contrarsi del numero di operatori legali che devono far fronte alle complesse dinamiche del settore (dati Politecnico Milano riportano una riduzione di soggetti incaricati alla raccolta di gioco online da 274 nel 2011 ad appena 97 nel 2014). Il mercato illegale costituisce non solo una seria minaccia economica di settore ma al tempo stesso un grave deficit

nella tutela del giocatore, uno dei principali obiettivi dello Stato e degli incaricati alla raccolta del gioco (un tema che merita un approfondimento e di cui spesso si forniscono dati distorti e non veritieri). A valle delle considerazioni fatte va citata una dichiarazione di Roberto Fanelli, Responsabile Direzione centrale Ge-

La questione non è “Gioco sì o Gioco no”, ma “Gioco legale o Gioco illegale”

stione tributi e Monopolio Giochi che, intervenuto ad un convegno sul tema “Fisco e Gioco”, dichiarò necessario fare vertere la discussione, più che sul tema “Gioco sì o Gioco no”, su “Gioco legale o Gioco illegale”. Questo elemento andrebbe sempre ricordato sia a livello di informazione pubblica, sia a livello politico, quando si interviene sul settore con leggi o decreti. Al fine della tutela dei giocatori e per un’industria dei Giochi sana e sostenibile, i vari attori (Governo, Monopoli di Stato, Associazioni di categoria, Concessionari) dovrebbero sempre porre al centro del proprio operato e pianificazione strategica il contrasto al gioco illegale. • ©

DONNE ELEGANTI, CHE INDOSSANO CAPI VISTOSI CON NATURALEZZA...

Dettagli spesso sfarzosi fatti a mano, per un approccio anticonformista, ispirato a gesti e abitudini della cultura street riletti in chiave couture, cioè Miryaki.

Pensiamo che questa testata abbia, fra i suoi impegni, talvolta quello di criticare gli inconvenienti del sistema, talvolta quello di invitare all'ottimismo e, sotto questa declinazione, la "mission" di presentare espressioni di intraprendenza, desiderio di affermare virtù, qualità, creatività, potenzialità d'impresa, ancor meglio se forti di giovinezza, buon gusto e personalità coe-

rente con la vocazione ad esprimere il Made in Italy. Uno dei canali più fertili per l'ingegnosità è senza dubbio la moda, oggetto di desiderio di investitori internazionali, ma altresì fonte di continua ispirazione per giovani talenti di cultura e formazione nazionale. Mia Vilardo e Riccardo Polidoro - Miryaki - sono un esempio attuale in grado

di percorrere le vie tracciate dai grandi creatori di moda, il risultato di una simbiosi melodica tra Nord e Sud. Un'alchimia artistica unica, Mia, la mente, Riccardo, l'anima. È il settembre 2010 che vede debuttare la loro prima collezione al concorso Mittle Moda, vincendo il premio International Clam Award. Nello stesso anno Miryaki viene selezionato per



Moda



Moda



Metromag # 21

essere esposto a Palazzo dei Giureconsulti e nel 2011 approda a Zurigo, partecipando alla 3ª edizione Kostume, evento per designer emergenti.

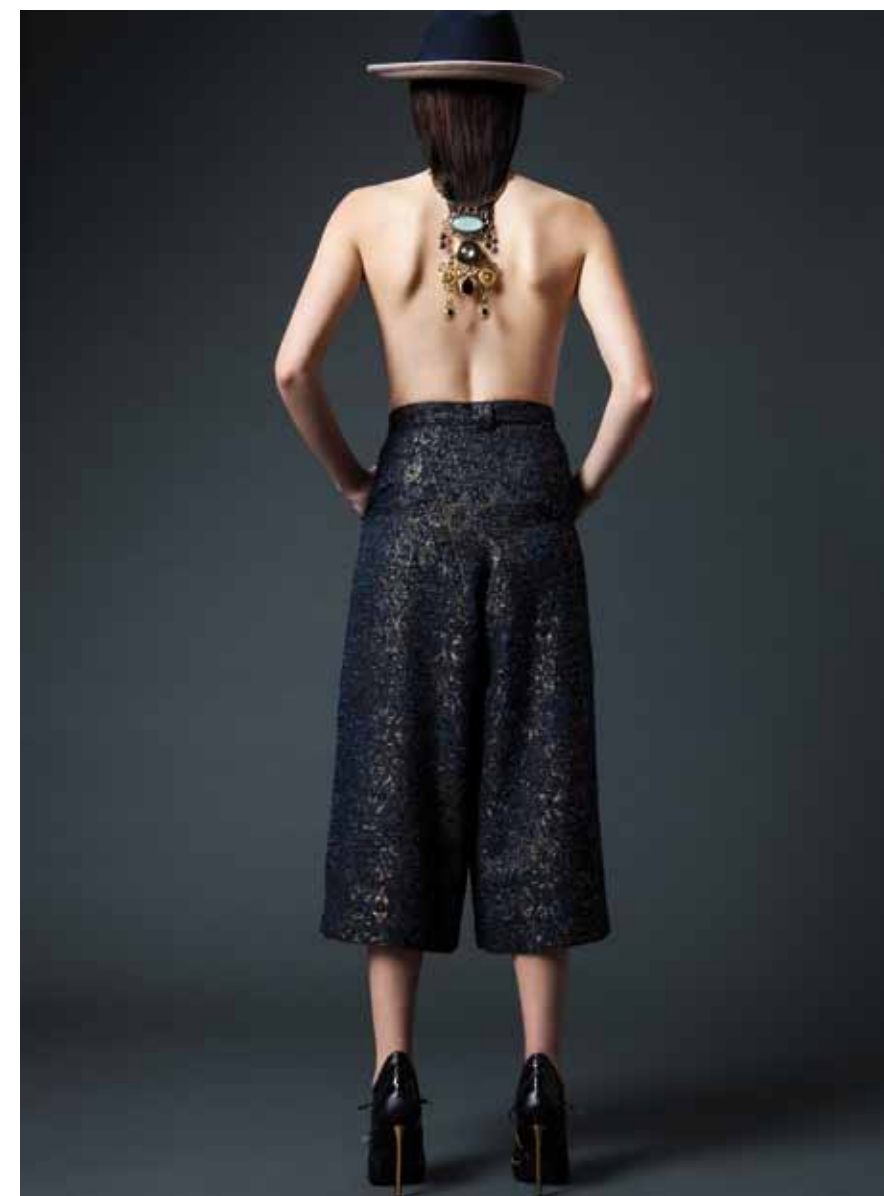
Nel 2012, Berlino (viene inserito nello showroom Fier Management durante la Berlino Fashion Week) mentre la Camera Nazionale della Moda Italiana inserisce in calendario il brand durante la fashion week per la presentazione della SS 2014 al Bee Fashion Talents.

Nel 2013, con la nascita della propria struttura di consulenza Studio Elitre, Mia e Riccardo si dedicano a portare avanti progetti esterni e paralleli.

Nel luglio 2014, Miryaki è uno dei 10 vincitori e unico rappresentante d'Italia al Mediterranean Fashion Prize, tenutosi a Marsiglia e promosso da Chanel e Dior. Quello che sicuramente "il duo" ha saputo creare è un punto di contatto tra i giovani con voglia di fare e che affollano la città meneghina, e non solo, per vivere la moda.

Il mondo di Studio Elitre e Miryaki diventano possibilità di sperimentare per giovani fotografi, art director, make up artist, hair stylist e rappresentano un punto di incontro per giovani artisti.

Miryaki si fonda sul concetto di urban-couture, la filosofia di far rivivere l'abito couture nella vita quotidiana.



Il collante è il mondo degli accessori, tradotto, rivisitato e riportato sull'abbigliamento. Questi valori trovano espressione nella "irrazionalità della precisione" e nella "teatralità dell'eleganza".

Gli abiti rivivono in una nuova dimensione: il personale approccio anticonformista parte da uno studio contemporaneo, ispirato a gesti e abitudini della cultura street riletti in chiave couture con dettagli spesso sfarzosi fatti a mano. Ogni capo, dalla vestibilità pratica è unico nel suo genere.

Quello che si crea è un contrasto armonico, dato dal mix di un'estetica strutturata di giochi di geometrie e un'opulenza sinuosa di dettagli che crea una nuova eleganza essenziale; la silhouette emerge per la femminilità apparentemente gracile e pulita ma dalla forza inaspettata, potente e raffinata. Ogni donna Miryaki può vivere la couture e non respirarne solo la sua essenza.

Oggi il sistema moda è pieno di nuove etichette, molte di loro cercano di "nascere" con il concetto di sartorialità Made in Italy. Ma solo pochi sono stati in grado di creare un'identità di brand unico, per questo i giovani creativi hanno deciso di puntare ad altro.

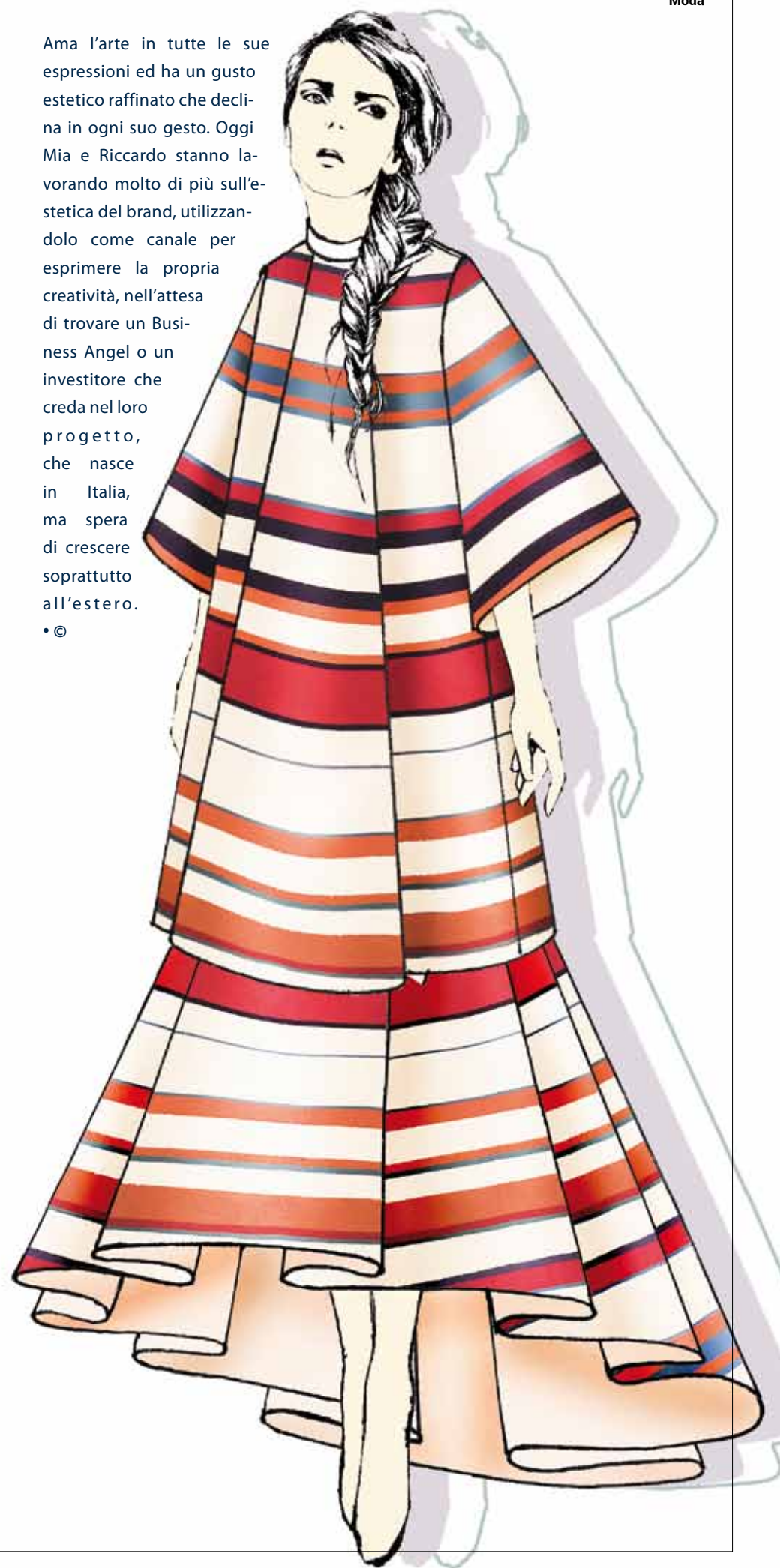
Una capsule di 10 capi iconici, un piccolo bagaglio nel quale trovare tutto: dal caposapalla taglio maschile, all'abito da sera interamente ricamato a mano con lavorazioni dettagliatissime e, nella stragrande maggioranza, inusuali.

Il target Miryaki è di età: 20/45; status: Upper class. La sua donna ideale è benestante, emancipata ed ha uno spirito imprenditoriale, anche verso sé stessa. È attenta al proprio aspetto ma non ne è ossessionata, ama valorizzarsi ma non sottovaluta la comodità quotidiana. Ha un gusto innato, si veste con eleganza ed ama indossare capi vistosi che porta con naturalezza, senza risultare mai troppo volgare.

Non è una fashion victim, segue le tendenze perché la moda è un elemento a lei intrinseco. Preferisce frequentare ambienti ricercati poiché acculturata.

Ama l'arte in tutte le sue espressioni ed ha un gusto estetico raffinato che declina in ogni suo gesto. Oggi Mia e Riccardo stanno lavorando molto di più sull'estetica del brand, utilizzando come canale per esprimere la propria creatività, nell'attesa di trovare un Business Angel o un investitore che creda nel loro progetto, che nasce in Italia, ma spera di crescere soprattutto all'estero.

• ©



PIÙ SERVIZI
ASSOCIAZIONE NAZIONALE DI CATEGORIA
DEI SERVIZI INTEGRATI ALLE IMPRESE



GARANTIRE LA LEGALITÀ

"Più Servizi" garantisce e tutela i membri dell'Associazione Nazionale di Categoria dei Servizi Integrati alle Imprese nei confronti degli organismi pubblici e privati.

"Più Servizi" è il punto di riferimento stabile della categoria e suoi associati, per favorire la crescita nel settore, valorizzare le risorse, ottimizzare le professionalità.

L'Associazione ha determinato la regolamentazione dei rapporti di lavoro per contrastare il dumping selvaggio e la turbativa dei valori delle prestazioni e dei costi d'impresa.

Oggi il Contratto Collettivo Nazionale per il Personale Dipendente da Imprese esercenti Servizi Ausiliari, Fiduciari e Integrati resi alle Imprese Pubbliche e Private (SAFI), è riferimento normativo del settore.

www.piuservizi.com

Via della Cava Aurelia, 163 - 00165 Roma - Tel: +39 06 45654444 - Fax: +39 06 45654443

AGEVOLARE IL BUSINESS ITALIANO ALL'ESTERO

Il Gruppo Finservice affianca le aziende nella scelta e nell'acquisizione di finanziamenti a misura di esigenze

di Giuseppe Aliverti

Il futuro si chiama 'internazionalizzazione'. Il ruolo globale del nostro sistema produttivo è un obiettivo prioritario per rilanciare l'Azienda Italia. Anche perché negli ultimi anni le esportazioni del Made in Italy sono risultate particolarmente dinamiche e hanno fatto da volano per una parte consistente dell'e-

conomia nazionale, arrivando a pesare il 30,4% del Pil nel 2013. E con risultati più che incoraggianti: secondo i dati più recenti, su circa 5mila prodotti veicolati nel mercato globale, l'Italia ha la leadership – per surplus commerciale – su quasi mille, preceduta dalla sola Germania. C'è comunque ancora molto spazio per

migliorare le performance: innanzitutto, vanno incrementate le quote del made in Italy nel commercio internazionale, consolidando i mercati esteri principali e presidiando con più decisione ed efficienza quelli emergenti. Si tratta, insomma, di spingere ulteriormente l'acceleratore sulle attività oltreconfine del-

le nostre imprese. Soprattutto perché nei Paesi a più forte espansione – come Cina, India, Corea del Sud, Indonesia, Malesia, gli Emirati del Golfo Persico – crescono il peso e la disponibilità di spesa delle classi medie, e con esse aumenta la loro attrazione per il Made in Italy e il suo tradizionale prestigio.

Il MISE ha stanziato 260 mln di € in favore del Made in Italy per i mercati esteri

Attualmente sono 200.000 circa le imprese italiane già attive in giro per il mondo: ma almeno altre 20.000 – secondo le stime del Ministero dello Sviluppo Economico – potrebbero esportare con regolarità i loro beni e servizi con otti-

me opportunità di crescita. In molti casi, però, si tratta di aziende che devono mettere a punto una strategia di export più organica e meglio definita, e necessitano quindi di uno specifico sostegno per orientarla e svilupparla con la maggiore efficacia possibile.

A tale scopo, sia lo Stato sia le Regioni mettono a disposizione periodicamente incentivi e risorse per i progetti d'internazionalizzazione delle aziende, con un occhio di riguardo per le piccole e medie imprese.

Per il 2015, il Ministero dello Sviluppo Economico ha stanziato 260 milioni di euro per un Piano straordinario a favore del made in Italy nei mercati esteri obiettivo.

Tra le misure finanziate figurano, per esempio, il rafforzamento delle piattafor-

me e delle attività di e-commerce per le PMI, gli accordi di collaborazione con la grande distribuzione estera, nonché un logo unico e distintivo per l'Italian food & wine.

All'interno di questo Piano, una delle proposte più concrete e opportune è senz'altro quella del voucher (corrispondente a un contributo a fondo perduto fino a 10.000 euro), ideato per sostenere l'inserimento temporaneo – e a costo accessibile – di una figura consulenziale specializzata nella gestione dei mercati oltreconfine (export manager).

Si punta così a fornire competenze tecnico-manageriali precise, a sopperire a una lacuna organizzativa tipica di molte PMI e a ridurre i costi strutturali di accesso per impostare qualsiasi attività all'estero. Non solo: accanto al voucher, è previsto





anche un progetto di formazione per export manager, con l'obiettivo specifico di creare 400 esperti e/o consulenti in grado di servire fino a 2mila imprese. Il programma contempla, tra l'altro, la realizzazione di cinque interventi formativi a carattere pluriregionale, coordinati da ICE Agenzia in collaborazione con gli

Le Regioni aiutano le Imprese a partecipare a fiere e rassegne internazionali

enti locali, le associazioni imprenditoriali, il sistema camerale e le università interessate. Ancora più 'pratici' e funzionali sono, in molti casi, gli incentivi previsti dalle Regioni – praticamente in tutta Italia – a favore dei progetti di esportazione e delle attività di promozione all'estero da parte delle aziende del territorio.

Dalla Lombardia alla Toscana, dall'Emilia Romagna alla Campania, molti bandi regionali agevolano soprattutto le spese relative a servizi necessari per partecipare a fiere e rassegne di livello internazionale e di operazioni promozionali,



tra cui, ad esempio, quelli logistici, assicurativi, di locazione e noleggio stand, incoming di operatori esteri, workshop, creazione di siti web ecc. Per valutare in modo pragmatico e sicuro le opportunità offerte dagli incentivi e dai bandi nazionali e regionali, le aziende possono contare sull'assistenza e sulla consulenza di società specializzate nell'ambito della finanza agevolata.

A cominciare dal leader Gruppo Finservice, società di Mantova specializzata nel corso degli anni nell'affiancare le aziende nello scegliere e ottenere il finanziamento più adatto alle proprie esigenze. Tra gli strumenti privilegiati dallo Stato e dalle Regioni a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese vanno ricordati, oltre ai contributi a fondo perduto – come nel caso del voucher per l'export manager temporaneo – anche i finanziamenti agevolati e soprattutto gli incentivi automatici.

“In genere – precisa Luca Magnani, responsabile ufficio studi di Gruppo Finservice – ad avere un funzionamento automatico sono gli incentivi di tipo fiscale: per questo risultano più graditi alle imprese, che per potervi accedere

sono tenute per lo più ad alcuni adempimenti di carattere formale. I bandi che concedono contributi a fondo perduto invece sono relativamente più selettivi: prevedono di norma la necessità di presentare la domanda di finanziamento a un ente competente e di entrare poi in una graduatoria con relativo punteggio, vincolato ad esempio alla data di presentazione della domanda, al rispetto di determinati requisiti e alla validità e pertinenza del progetto proposto dall'azienda. Solo una volta che l'istruttoria avrà avuto esito positivo, l'impresa potrà procedere all'incasso del finanziamento”. Per le aziende che hanno progetti chiari e fattibili per i mercati mondiali, i bandi sono quindi un'opportunità da non perdere: non solo per mettere in luce i propri atout competitivi ma anche per ottenere benefici finanziari di tutto rilievo. E se già gli incentivi automatici stuzzicano la voglia delle imprese di ricorrere al credito agevolato per i propri piani di sviluppo, i contributi a fondo perduto sono un po' come le vitamine: curano la carenza di risorse e potenziano la spinta energetica della crescita e dell'internazionalizzazione. • ©



**SERVIZIO ANTINCENDIO
AD “ALTO RISCHIO”**

www.securitesecurity.it

MADE AND DIED IN ITALY... C'ERANO UNA VOLTA GLI AGRUMI DI SICILIA

*Parlando di agrumi,
per essere più vicini alla storia e alla cronaca,
bisogna dire Made in Arabia, Died in Sicily.*

di **Alessandro Pignatelli**



Quella degli agrumi è stata un'eccellenza siciliana dovuta alla dominazione araba (IX-XI secolo d.C.) che creò giardini di arance e limoni, all'inizio quale funzione ornamentale, trasformati poi in estensioni per la coltura agricola. Uno dei molti doni portati dalla civiltà degli Arabi in Sicilia, una delle tante dominazioni che - come per ognuna delle altre dominazioni - hanno preso, ma hanno anche dato. Se ci riferiamo agli Arabi, restando in tema di agricoltura, non si possono non ricordare le colture anche di riso, cotone, canna da zucchero, palma dattilifera, grano duro, carrubo, pistacchio, gelso, ortaggi (melanzane, spinaci, meloni). Tecniche innovative contribuiscono al successo delle nuove colture. Maestri nello sfruttamento delle risorse idriche, gli Arabi sostengono le coltivazioni con efficientissimi sistemi di irrigazione.

È quasi impossibile trovare limoni, arance, mandarini e simili, di produzione nazionale

Di tale patrimonio, nell'immaginario collettivo, si è fissato il termine di "Conca d'Oro" (era anche il nome di un treno, come la "Freccia del Sud", che guarda caso, fatalmente e per analogia, non esistono più), evocativo di una zona, di un sistema di coltura, ma soprattutto della ricchezza che gli agrumi e gli agrumeti ebbero a

rappresentare per l'economia siciliana. A ciascuno sovviene che fra le iconografie istituzionali rappresentative non solo della Sicilia ma dell'Italia stessa - al pari di Vesuvio, Colosseo, Piazza San Marco, Duomo di Milano, Basilica di Superga, Piazza della Signoria, queste si ancora eccellenze italiane - comparivano "Limoni e Arance di Sicilia" (Pirandello, nel 1910, scrive un Atto unico, dal titolo "Lumie di Sicilia"). Ma improvvisamente, o forse non tanto improvvisamente, da troppo tempo, supinamente, con ignavia e senza aver posto rimedi, gli agrumi che hanno assunto oggi il ruolo di eccellenza sono di tanti altri paesi del mondo, tranne che dell'Italia e della Sicilia. Basta svolgere una normale giornata di spesa per rendersene conto: è veramente impresa improba riuscire a trovare sui banchi del supermercato o nei mercati rionali, limoni, arance, mandarini e simili, di produzione e provenienza Italia. Li importiamo da Spagna, SudAfrica, Argentina, Egitto, Repubblica Dominicana, Turchia, Marocco, Uruguay. Sulla base di un dato Nomisma, relativo al 2013, gli agrumi arrivano in gran parte proprio dalla Spagna (55% delle importazioni italiane a valore) che copre di fatto 12 mesi all'anno, grazie anche al fattore clima, che sarebbe un vantaggio competitivo anche dell'isola di Sicilia. E una quota stimata nel 31% a valore è quella delle arance che arriva in Italia da paesi extra-europei: Argentina e Sud Africa fra essi, i quali, nel 2013, hanno coperto

rispettivamente il 13% e l'11% del valore dell'import italiano di agrumi. Vale a poco impelagarsi nelle ragioni di queste clamorose abdicazioni, nelle questioni locali, degli enti, spesso fantomatici e clientelari, che presiedono il settore, o nello sport isolano del lamento cronico. Si rischia di entrare in spirali di politica, argomentazioni di contributi, chiacchiere da bar, o da convegno, il che è spesso la stessa cosa, Europa che ha consentito ai paesi del bacino del Mediterraneo l'ingresso di agrumi di provenienza incerta, spacciati spesso per prodotti siciliani, privilegi, oneri eccessivi, argomentazioni di mancato rinnovo delle colture e dei sistemi di coltivazione, costi di manodopera, idrici ed energetici eccessivi, comportamento scorretto dei protagonisti della filiera, difficoltà di relazione con le istituzioni, sistemi di raccolta...

Gli agrumi arrivano da tanti altri paesi del mondo

E ancora, che in Sicilia i produttori di agrumi sono penalizzati da prezzi che non riescono a coprire le spese, che si arriva a buttare i raccolti, anzi, non si raccoglie neanche, che occorre creare un marchio di qualità, dei disciplinari che garantiscano la sostenibilità del ciclo di produzione, e i diritti di produttori e consumatori, ecc... E, giusto per perdersi nella genesi del

ARANCIA ROSSA DI SICILIA.

La fascia pedemontana dell'Etna, parte della Piana di Catania e le colline circostanti, sono state riconosciute zone di produzione dell'Indicazione Geografica Protetta (IGP) Arancia Rossa. Le varietà di arancia rossa si chiamano «Moro», «Tarocco», e «Sanguinello». Tali varietà maturano a fine aprile, ma vengono raccolte anche a giugno inoltrato. Si prestano ad essere frigoconservate per tempi abbastanza lunghi. Le arance contengono un'elevata concentrazione di vitamina C che, oltre ad essere efficaci contro raffreddori e influenze proteggono il cuore ed il sistema cardiovascolare, prevengono gastrite e ulcera, disintossicano ed incrementano le difese immunitarie dell'organismo. Contengono degli antiossidanti che combattono i radicali liberi (responsabili dell'invecchiamento), svolgono importanti funzioni fisiologiche e sono fondamentali nella prevenzione dei tumori.

LIMONI DI SICILIA.

In Sicilia si possono elencare cinque fioriture principali. E le denominazioni di maggior interesse sono: Femminello Comune, Monachello, Interdonato, Femminello Zagara Bianca, Femminello Siracusano, Femminello Apireno Continella. Il succo del limone è altamente dissetante, astringen-

te e rinfrescante. Nella medicina popolare funge da battericida e disinfettante su ferite e piaghe e la limonata è impiegata anche per la cura delle infiammazioni della bocca e della gola (stomatiti, angine, tonsilliti, faringiti), del raffreddore, della febbre, dei disturbi biliari, dell'ipertensione e di altre patologie.

MANDARINI DI SICILIA.

Le varietà coltivate in Sicilia sono: l'Avana che si raccoglie da dicembre a gennaio e il mandarino Tardivo di Ciaculli, che viene coltivato nell'omonima frazione di Palermo, nel cuore della pianura Conca d'oro e matura a marzo/aprile. I mandarini sono normalmente consumati come frutta fresca o lavorati nella produzione di marmellate e frutta candita. Dalla buccia si estrae un olio essenziale. Il mandarino contiene vitamina C che possiede proprietà antiossidanti, contribuisce al potenziamento del sistema immunitario ed è capace di bloccare la formazione di sostanze potenzialmente cancerogene. Il Tardivo di Ciaculli è anche ricco delle vitamine B1 e B2 che stimolano l'appetito e la digestione, migliorano il sistema respiratorio e si addicono alla cura del sistema nervoso. Sono inoltre presenti vitamina PP, che combatte la pellagra, betacarotene e fibre.

problema, perché non rivangare qualche considerazione, non da poco? I sistemi di prodotto, attraverso quella che si chiama “Scienza del Marketing”, valida anche nell’economia dell’agricoltura, pianificano l’esistenza di beni di consumo cd. di nicchia che, quali declinazione delle famiglie principali di prodotti, sono destinati a posizionarsi in segmenti di eccellenza. E anche in ciò, gli Arabi, seppure pensando ad adornare i giardini, avevano creato adeguati lasciti alla Terra di Sicilia. Se ne possono ricordare almeno tre.

I pompelmi, in Sicilia quasi sempre ad arricchire di forme, colori e profumi ville comunali, grandi quanto meloni, lasciati cadere al suolo, mai raccolti, destinati quindi a marcire, perché ritenuti “cattivi”. E pensare che su questa “cattiveria”, disciplinata nell’ opportuna dimensione e curata nelle coltivazioni, strappate al deserto, irrigate con acqua di mare desalinizzata, trasportata a chilometri e chilometri dalle coste, già negli anni ’60, Israele aveva creato un marchio - Jaffa - imposto pubblicitariamente su tutti i mercati mondiali, isola di Sicilia e Italia compresi.

E pensare che la Spagna, a sua volta, ha creato, un suo marchio d’eccellenza (Outspain), in alternativa stagionale al pompelmo d’Israele e, naturalmente anche gli Stati Uniti hanno colto l’opportunità di creare il loro prodotto e il loro cabnale di distribuzione.

I cedri. A suo tempo, il cono gelato, che oggi è denominato “limone”, si faceva esclusivamente con il cedro e si chiamava, per l’appunto “gusto cedro” e, prima ancora di apprezzarlo sotto forma di sorbetto, lo si gustava nella sua imponenza, quando a gruppi di tre/quattro, venivano esposti sul bancone dei tipici chioschetti, attrezzati col pozzetto dei gelati (quasi sempre, cedro, cioccolato, nocciola). Il lime, è ingrediente fondamentale per molti cocktail e aperitivi. C’era forse biso-

gno di importarlo dai Caraibi, trattandosi di coltura autoctona, sol che vi fosse la cultura di impresa e di marketing, per ciascuno di questi beni di consumo, capaci di creare valore aggiunto, fascino di nicchia e incremento di immagine ai prodotti agrumari e alla loro provenienza?

Ma forse avrebbe comportato troppa fatica, troppi pensieri; perché mai ricercare il di più se quel che c’è, c’è, senza che ci si debba cimentare e confrontare con il progresso, quand’anche “quel che c’è c’è” dovesse essere destinato a morire? Naturalmente, forse può apparire eccessivo, ma con questa logica, potrebbe persino apparire normale che Fiat possa ancora essersi fermata alla produzione della “Balilla”. Certamente forzato, ma, ahimè, parallelo verosimile !

Gli agrumi, un tempo fondamentali per lo sviluppo dell'economia siciliana, ora sono penalizzanti

Tutti argomenti che rappresentano uno stato di fatto di decozione, di assenze, di incapacità imprenditoriali, ma che non riguardano lo spirito e la stesura di questa breve panoramica di costume e di consumo. A ben pensarci, questa realtà, è un conseguente atteggiamento di vittimismo, appaiono ben strani.

Infatti, in un settore, in Sicilia, che non fu mai di eccellenza - quello vitivinicolo - per mancanza di vitigni e vigneti moderni, volontà e caparbieta dei siciliani e, per il vero, anche di investitori venuti da fuori che hanno creduto nel sole, nella terra, negli uomini, sono stati capaci di invertire tendenze e realtà. In pochi decenni, hanno portato il tenore qualitativo e l’eccellenza dei vini di Sicilia al medesimo livello

dei piemontesi e dei francesi.

E l’argomento vino induce, per analogia, a ricordare altri prodotti di successo e d’eccellenza, svolti dagli stessi uomini di Sicilia, nelle stesse terre, con i medesimi problemi di energia, distribuzioni e filiere, manodopera e così via: il famoso “Cilieginno di Pachino”, in quanto a “deliziosità”, secondo, forse sì e forse no, al “Pennulo del Vesuvio”, ma certamente primo in quanto a capacità di esprimere leadership e posizionamento di mercato... Ma non è tanto questo il fatto. È curioso far mente locale sul perché delle tipologie - pur appartenenti alle stesse famiglie di consumo, agli stessi target di fruitori, alla medesima categoria di filiera - inducono a stimoli creativi, e altre, invece, no. A proposito del “Pachino”, un episodio di molti anni addietro denota creatività e invenzione di marketing, un fenomeno antesignano da “start-up”, la variazione del tema “se la montagna non va a Maometto, Maometto va alla montagna”. Un giovane universitario, dalla scarsa voglia di proseguire gli studi, con propri terreni tra Pachino, Marzamemi e Porto Palo, si inventa “l’abbonamento ciliegino”, facendo accordi con le famiglie della zona per la consegna (come una volta avveniva per il latte), a domicilio e bisettimanalmente, del quantitativo di Ciliegino desiderato al prezzo ragionevole di mercato, o anzi un poco meno. Per la famiglia: prodotto fresco, certezza di provenienza, consegna a domicilio, prezzo vantaggioso. Per l’agricoltore: liberazione da condizionamenti di mercato, taglio delle filiere, rapporti facilmente trasformabili in zoccolo duro di fidelizzazione, pagamenti certi e frazionamento del rischio. Perché delle tipologie inducono a stimoli creativi e altre, invece, no? Forse, Pirandello, prima citato, può rispondere a ciò, con la sua filosofia dell’impossibilità a conoscere verità assolute: “Così è (se vi pare)”. • ©

ASSOCIAZIONISMO CONTEMPORANEO: OPPORTUNITÀ PER I GIOVANI

Auspicabile il sostegno dello Stato per favorire ricerca, sviluppo e innovazione a iniziativa dei giovani

di Vincenzo Chianese

Il fenomeno associazionistico, nella sua apparente genericità poiché variamente attribuibile ad una pluralità di settori potenzialmente interessati, trova atavica origine nel principio stesso di libertà dell’uomo, nei limiti tuttavia che ciascuno può volontariamente decidere di porre a sé stesso nell’associarsi. Nella nostra attuale storia repubblicana, la legittimazione dell’idea associazionistica è rinvenibile già nel confronto e nel dibattito che portarono alla formazione della Carta Costituzionale, nella quale tale idea è consacrata. Invero, nella parte I^a della nostra Costituzione, relativa ai “Diritti e Doveri dei cittadini”, all’art. 18 viene espressamente affermato il diritto ad associarsi liberamente. Tesi tipica dell’empirismo, l’associazionismo costituisce teoria socio-economica fondata essenzialmente sulla sostituzione del principio della libera associazione a quello più usuale della concorrenzialità, a questa semmai opponendosi la competitività. Condizione per la sua realizzazione è la presenza di una

forza di attrazione reciproca e spontanea tra le parti interessate, quali soggetti portatori di medesimi interessi e mirati a comuni obiettivi. Gli stessi, anziché fronteggiarsi da posizioni avverse, decidono di mettersi insieme nell’interesse comune e di unirsi per ottimizzare i propri livelli di competitività per “aggreire” il mercato di competenza con adeguato vantaggio competitivo. La nostra svolta repubblicana trovò nell’emergenza economica del dopoguerra la spinta a temperare le distinte esigenze, formando Governi sostenuti da tutti i Partiti Politici, in tal modo affermandosi una vera e propria logica di libera scelta associazionistica di pensiero politico e di azione amministrativa. L’impostazione di politica economica dei primi Governi De Gasperi, condivisa dalle diverse Forze politiche, fu ispirata alla saggia mediazione tra il liberismo di mercato, l’intervento pubblico di ispirazione keynesiana ed il solidarismo cattolico, in un ambiente caratterizzato da forte coesione per soddisfare il grande bisogno di pace sociale che la cessazione degli eventi bellici richiedeva. D’altronde, già i lavori dell’Assemblea Costituente, svoltisi in tale favorevole clima di unità nazionale dal 25 giugno del ’46 al 22 dicembre del ’47, ebbero modo di soffermarsi con costruttività sui nodi evidenziati dal contrappunto che non mancò di

connotare il dialogo tra le diverse forze politiche. Lo spirito largamente “associazionistico” che informò la Costituente consentì di ottenere un risultato equo, equilibrato e condiviso per quella gran parte della nostra Costituzione che definisce il nuovo assetto istituzionale, il ruolo ed i rapporti della complessa “governance” del territorio, gli equilibri tra le distinte sfere dei diritti e dei doveri. Sembra viceversa frutto più di un “compromesso”, tuttavia parimenti ben equilibrato, la parte relativa

Il Prof. Chianese ha dedicato la sua vita lavorativa, presso la Ragioneria Generale dello Stato prima e presso il Ministero dello Sviluppo Economico, poi, al sostegno e rafforzamento delle Tesi espresse nell’articolo.

ai Rapporti Economici, nella quale non si individua una scelta precisa, bensì vi si intrecciano le distinte posizioni assunte da diversi economisti che parteciparono all'Assemblea Costituente, patrocinando rispettivamente:

- l'affermazione di principio della libertà dell'iniziativa economica privata, quale stampo classico per porre le basi stabili di una necessaria economia di mercato (Luigi Einaudi);

- il richiamo alla tutela del lavoro, ai diritti dei lavoratori, all'organizzazione sindacale, quali elementi di quel socialismo solidaristico che caratterizzava l'epoca, in uno con il nuovo ruolo dell'impresa pubblica (Antonio Pesenti);

- il concorso inoltre del pensiero sociale della Chiesa, mutuandone dalla sua dottrina i principi della tutela della donna lavoratrice, della sacralità della maternità, dell'impegno assistenziale (Amintore Fanfani). In tale favorevole *humus* va a calarsi il seme della libertà associativa affermata dal ricordato Art. 18 della Costituzione, quale forza spontanea che va a ricondursi all'altra libertà, quella riferita all'iniziativa economica privata annunciata dal

Rilanciare un duplice ruolo, per offrire nuove opportunità ai giovani:

- **l'Istituto - un pò trascurato - dell'associazionismo, letto attraverso la nostra Storia, dall'Assemblea Costituente del '46 a oggi e agli obiettivi Comunitari di sviluppo, fissati all'anno 2020.**
- **la nostra Politica Economica - altrettanto mortificata - spettante al Potere istituzionale per l'adozione di misure a sostegno di sviluppo e crescita dell'Economia reale, nella logica delle dottrine di Keynes e del sostegno alla Ricerca ed all'Innovazione.**

successivo Art. 41, per diventare motrice di sviluppo e di crescita in un clima di ritrovata libertà politica ed in relazione ai molteplici bisogni evidenziati dalla nuova economia di mercato.

Merito indiscusso che va riconosciuto all'associazionismo è soprattutto quello di essere andato a promuovere, sostenere e rafforzare iniziative nei comparti meno tradizionali e più caratterizzati da elementi di forte personalizzazione, quali quelli innovativi delle professioni e dei servizi. Ciò, in particolare, nei settori più bisognosi della sanità e del benessere sociale; dell'assistenza della beneficenza; della cultura e del sostegno delle arti.

In relazione ai primi di questi, vanno con particolare enfasi apprezzate le organiz-

zazioni di volontariato attraverso apposite forme associative liberamente costituite per la tutela della salute, che l'Art. 32 della nostra Costituzione elegge "come fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività" ¹⁾. Parimenti, vanno con analoga enfasi ricordate le associazioni che operano per il recupero e la valorizzazione dei beni paesaggistici culturali, quali obiettivi di tutela privilegiata secondo i principi in merito stabiliti dall'Art. 9 della Costituzione.

Questo variegato quanto stimolante quadro di riferimento fa quindi pensare ai giovani ed alle occasioni in favore degli stessi derivabili dalle opportunità offerte da tale sistema.

Nella situazione economico - sociale di oggi, contraddistinta dal calo delle produzioni e dalla carenza di prospettive di sviluppo, il ricorso all'associazionismo può costituire per i giovani il mezzo di evasione dalle limitazioni e dai condizionamenti quotidiani, in cui troppo spesso la speranza finisce per cedere il passo allo sconforto, prima; poi alla resa.

Un ultimo cenno merita l'indirizzo che l'Autorità Pubblica può fornire al riguardo. Nuovamente richiamando l'Art. 41 della Costituzione, va in proposito precisato che alla ricordata libertà riconosciuta all'iniziativa economica privata (1° comma) fa da controcanto il richiamo alla legge per la determinazione dei programmi opportuni perché l'attività economica possa essere indirizzata a fini sociali (3° comma).

In tali poche righe è sintetizzata la logica su cui s'impenna l'intero Sistema Economico Nazionale: da un lato, il mondo dell'Economia regolato dalla legge naturale della "domanda/offerta", cui

ogni cittadino può accedere liberamente; dall'altro, lo strumento legislativo che l'Autorità pubblica può adottare per indirizzare l'attività economica a fini sociali. Va intanto chiarito che la locuzione "a fini sociali" va interpretata sul piano logico in senso più ampio, ossia al di là della mera accezione di "socialità" del termine, per ricondurne più propriamente il significato al più generale obiettivo del "benessere sociale" derivante da una condizione di prosperità economica generalizzata (ed in quanto tale quindi "sociale") prodotta da condizioni di sviluppo e crescita dell'economia reale. Ciò stante, il ricorso alla legge cui il richiamato 3° comma fa riferimento, costituisce di fatto l'intervento dello Stato nell'Economia, in tal modo venendosi a configurare la nuova scienza nota come "Politica Economica", che nasce nel Mondo occidentale per recepire e promuovere le teorie e i principi affermati da Keynes nel 1930 ed annunciati, tra l'altro, in Italia da Emanuele Morselli nel 1936. L'auspicio che si formula è che venga conferito dal nostro Potere istituzionale un ruolo più concreto e significativo alla Politica Economica, la cui gestione peraltro allo stesso potere compete, allo scopo di porre le condizioni per il sostegno alla crescita ed allo sviluppo dell'E-

conomia reale. A tale proposito, occorre rammentare che la nostra non è soltanto una "economia aperta" ma è altresì un'economia "condizionata" dall'appartenenza del nostro Paese all'Unione Europea, nonché dalle dinamiche del "Mercato Globale".

Nel voler comunque cogliere le positività di tale appartenenza, va evidenziato che tutta la Politica di Sostegno comunitaria relativa al settennio in corso 2014-2020, è fondamentalmente diretta ad obiettivi di sviluppo innovativi attraverso la Ricerca e l'Innovazione, così come dimostra l'ambizioso Programma Europeo "Horizon 2020", che stabilisce i nuovi obiettivi di competitività sulla base di misure definite "sfide per la società" in considerazione degli altissimi livelli di innovazione che le distinguono. E questo è proprio il mondo dei giovani, è proprio lo scenario naturale in cui giovani operatori possono mettere alla prova la capacità di adattamento ai

nuovi contesti relativi alla ricerca ed all'innovazione, verso cui i nostri giovani possiedono una naturale e spontanea disponibilità vocazionale ed attitudinale, grazie alla massa di esperienze e di studi che oggi in tal senso caratterizza la loro formazione.

L'auspicio quindi è che in sede di annuale manovra economico - finanziaria, effettuata con la c.d. "Legge di Stabilità", vengano approvate le più opportune misure per lo sviluppo della ricerca e dell'innovazione verso le quali indirizzare le iniziative dei giovani, quali portatori di nuovi progetti innovativi nei diversi settori di intervento, in favore dei quali non può mancare il sostegno dello Stato, come di recente avvenuto per il sostegno delle "start-up" proprio nei settori tecnologici. • ©

⁽¹⁾ A tale riguardo, si richiama il pregevole articolo di Patrick Fazio "C'è bisogno di sangue. Ora lo sai", apparso sul precedente Numero 2.



**Supportiamo le aziende nelle funzioni accessorie.
Anche la tua.**



Oltre il necessario

www.seipro.eu

*Non perder tempo in ciò che non è centrale
per il tuo oggetto sociale. Evita, più che puoi,
costi fissi. Noi siamo "variabili" per aiutarti a
raggiungere i tuoi obiettivi.*

Comunicazione

Metromag # 35

ITALIA DA BERE

*Si pone la questione se la comunicazione
pubblicitaria, interpreti o anticipi
gli stati e le tendenze della società,
o se non sia la comunicazione stessa
a indurre a certi comportamenti.*

di Patrick Fazio



L'espressione "Milano da bere" è nata a sostegno pubblicitario dell' "**Amaro Ramazzotti**" e si posiziona, per l'appunto, in una sorta di limbo che non chiarisce se la sua strategia di comunicazione sia influenzata e motivata da fermenti sociali in atto o, se piuttosto, la campagna, con la sua intensità e i suoi caratteri subconsci, sia stata talmente forte e impattante da indirizzare emotivamente dei comportamenti collettivi. Il fatto è che la campagna ha avuto la sua storia contrassegnando un'epoca precisa non solo della comunicazione, ma anche del costume, della politica, dei comportamenti e degli atteggiamenti sociali.

Campagna di pubblicità o di politica e di costume?

Ha coinciso certamente con una fase di particolare euforia non necessariamente determinata da reali condizioni di ricchezza, vera o presunta, ma certamente determinata dalla pratica di una gratificante qualità della vita. E l'espressione che contrassegnò la pubblicità di successo dell' "**Amaro Ramazzotti**", del pubblicitario Marco Mignani ("Questa Milano da vivere, da sognare, da godere, questa Milano da Bere" era il claim conclusivo dello spot relativo), solo apparentemente è riferibile al capoluogo lombardo. La sua strategia era intelligentemente, e "subdolamente", rivolta all'intero mercato, divenendo il "concetto Milano" fattore emulativo per tutto il Paese Italia, con la sua capacità di trasmettere ottimismo e di offrire la percezione di un benessere, attraverso azioni e motivazioni di consumo. Fattore ulteriormente geniale, sul piano della comunicazione, la capacità della campagna di riuscire a rivolgersi, contemporaneamente e senza conflitti a target profondamente diversi, a classi consolidate in stili di vita (per le quali la campagna deve svolgere effetti di fidelizzazione) e a nuove classi e nuovi ceti sociali emergenti.

L'espressione Milano da bere contrassegnò un'epoca non solo della comunicazione ma anche dei comportamenti sociali

Se influenza si vorrà ricercare nel "mood" della campagna, non è escluso che il suo autore possa aver subito l'influenza della Grande Mela (all'epoca riferimento ideale per i nostri pubblicitari di successo) per meglio trasferire un messaggio intrinseco mirato a comunicare l'efficienza di una città trainante nei consumi, nella creazione di ricchezza e nella consacrazione positiva dell' "effimero".

Campagna per un bene di
largo

consumo, dunque, divenuta altresì campagna sociale, in senso lato, identificativa di comportamenti sociali, icona della comunicazione di massa, dalla quale sociologi, storici, scrittori e giornalisti si trovarono a sconfignare nella filosofia della politica, identificativa dei cambiamenti in atto.

E i canoni della comunicazione pubblicitaria, in sintonia fra loro, trasmettono il medesimo fermento dell'atmosfera "da

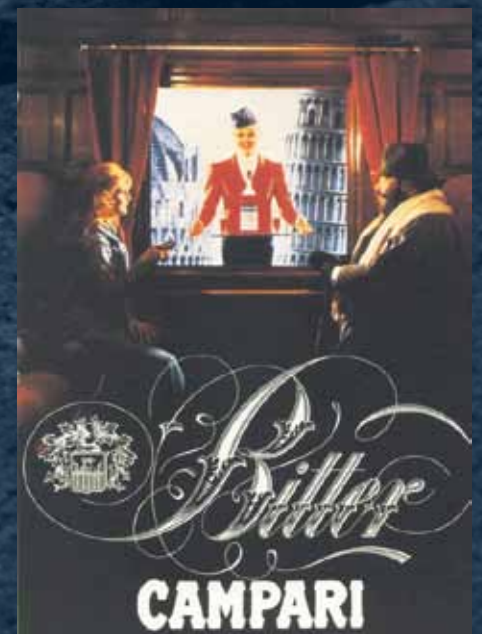
bere", pressoché in tutti i settori merceologici, dai "food & drink", alla moda, alla locomozione.

Ne sono "manifesto" le campagne "**Martini**", con il suo invito esplicito a "**Un mondo da vivere**"; "**Peroni**", con l'icona *Solvi Stubing*, che, nell'impostazione un pò "retro" da tavola illustrata, posiziona il prodotto in un'atmosfera da fascino della conquista, connaturata agli stimoli del momento culturale ("Chiamami Peroni, sarò la tua Birra"); le "**Liquirizie Morositas**" con la "testimonial Cannelle", all'insegna del *claim-jingle* "Cos'è la vita senza Morositas"; e a conferma del clima euforico e dissacrante così rinato, riappare la campagna - negli

anni '70 deflagrante - "**Jesus**" che, dieci e più anni dopo, incarna, immutata, perfettamente lo spirito della Milano da bere. Ed ecco "**Campari**" (1984), "**Barilla**" (1985) e "**Banca di Roma**" (inizi '90) che ricorrono alla mano di Federico Fellini per la realizzazione dei loro spot, e l'intervento stesso del Maestro delinea il clima di ricercatezza assunto nella comunicazione, sintomo di un momento di euforia e ottimismo improntato alla volontà di dare qualità e immagine alle strategie di marketing e comunicazione, a ulteriore suggello del-

la leadership di mercato del brand. E, quasi quale elemento di contrappeso sociale e culturale, nel senso rigoroso del termine, ecco "**Pubblicità Progresso**", con la sua missione di educazione attraverso la comunicazione di pubblica utilità, che, nel 1985, anno centrale della "Milano da bere", rivolge la sua funzione pubblico-istituzionale verso la lettura, quasi a voler dire: "Italia, non lasciarti incantare da facili sirene, ricorda che i valori della cultura tradizionale, quale la lettura, sono quelli in grado di salvaguardarti, ora e sempre".

Pur tuttavia, la Milano da bere, o ancor meglio gli anni '80 della comunicazione, oltre all'operazione "l'immagine per l'immagine", introducono concetti e metodologie fondamentali per il "dopo-marketing", quali il concetto di "attenzione verso il cliente" e "cura delle relazioni con i propri consumatori" ("customer care"). Hanno allargato le prospettive, hanno portato nell'ambito delle logiche di consumo, di competitività e di scelta nuovi attori di mercato; segnano, cioè, un momento di evoluzione che guarda agli intervenuti





cambiamenti demografici, a nuove abitudini di consumo. E, in questo, l'ascesa delle tv commerciali cambia il linguaggio e il rapporto, più dialogante, con i consumatori, oggetto, adesso, di nuove strategie di partecipazione e fidelizzazione. E, di conseguenza, nel puntare al mercato si guarda con l'idea di far diventare partecipe della propria filosofia aziendale il cliente, quale partner, non più quale semplice obiettivo, coerente con la filosofia dell' "Italia da bere": sei tu il protagonista non più il bersaglio delle strategie. In un certo senso, la "customer care" crea un prolungamento del marketing e della comunicazione: punta alla funzione del consolidamento, su un soggetto più attivo, più consapevole, per creare confidenza ma soprattutto offrire la certezza di non voler inganna-

re, dando quindi informazioni complete, proponendo servizi vantaggiosi e senza obblighi nascosti. Il Cliente ha scelto, si è fidato, è stato ancor di più rassicurato e la "customer care" punta a creare una rendita in prospettiva, rafforzando il brand,

***Alla fine degli anni '80
la comunicazione si rivolse
non più all'immagine
ma alla "customer care"***

confermando le asserzioni del marketing e della comunicazione, facendolo sentire importante e facendogli capire che può contare su un'azienda solida, credibile e onesta.

E quale sintesi dei significati di entusiasmo non può che essere ottimo "testimonial" il posizionamento di Nike

nella suggestiva campagna **"There is no finish line"**. Racchiude la filosofia di una generazione; è lo stimolo ad "essere normali" poiché sono impegno ed entusiasmo a determinare soddisfazione, a realizzare progetti e aspirazioni da persone normali, e pur tuttavia protagonisti di comportamenti non da supereroi ma nella qualità di uomini di ogni giorno che, nonostante limiti e difficoltà, hanno aspirazioni per spingersi oltre; esprime l'ottimismo della generazione.

È la maniera della comunicazione pubblicitaria di raccontarsi dimostrando la capacità di poter essere sintesi dei significati ed elemento guida dei comportamenti collettivi, o singoli, se l'obiettivo è quello, attraverso lo stile di vita di pochi, riuscire a influenzare i comportamenti di molti. • ©

THERE IS NO FINISH LINE.
Spring 1989

NOI DICIAMO **NO** ALL'ABBANDONO DEI CANI



CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE CONTRO L'ABBANDONO DEI CANI

**METROMAG**

AMARCORD... pensieri vigili

Un rifugio sentimentale nelle esperienze
e nei ricordi che ci hanno fatto crescere,
nella vita, nella professione, negli affetti.

“BERNA” A MILANO, “NOTTOLE” A ROMA (di Giordano Lacasella)

Non tutti sanno che fino a 50 anni fa i “Metropolitani notturni”, per tutti “i Metronotte” (i milanesi li chiamavano scherzosamente “i berna”, i romani “le nottole”), oggi Guardie Particolari Giurate, viaggiavano ancora in bici, ma erano più rispettati di adesso, e sapete perchè? Ve lo dico per esperienza: il cittadino vedeva passare “il Metronotte”, lentamente con la sua bici, lo vedeva quando poneva il bigliettino sulla sua serranda, e anche quando entrava nel suo portone per andare ad ispezionare gli utenti interni...e allora lo chiamava, “Metronotte salga, venga su a bere un caffè!”, e questo ci faceva sentire gratificati. Ho prestato servizio notturno a Milano per tanti anni, ho fatto il Metronotte in bici e vi assicuro che, a quei tempi, le Guardie Giurate erano qualcuno, e non perchè avessero la qualifica di Pubblici Ufficiali o amenità di questo genere, ma perchè sapevano farsi voler bene dai cittadini. Noi, transitando lentamente con la bicicletta, eravamo visibili, la gente ci vedeva, i negozianti ci salutavano, anche i cittadini che dopo cena uscivano a fare una passeggiata ci incontravano e ci offrivano il caffè, riconoscenti perchè sapevano di poter andare a dormire tranquilli: il Metronotte era sotto le loro case a vigilare sui loro beni. I Metronotte d’inverno morivano dal freddo e d’estate crepavano dal caldo, e per difendersi dalla pioggia avevano solo una lunga mantella di tela che solitamente tenevano ben ripiegata sul manubrio della bicicletta, facendo da supporto alla torcia elettrica. Verso la metà degli anni 70 iniziò la trasformazione: le biciclette andarono in pensione per lasciare posto alle auto, l’apparato radio sostituì il gettone telefonico – per mettersi in contatto con il comando esisteva solo la cabina telefonica, e il Metronotte aveva sempre con sé una manciata di gettoni –, i teleallarme andavano sostituendo il vecchio bigliettino che veniva

lasciato sulla porta dell’utente. Prima tutta questa tecnologia non c’era, ma i cosiddetti “Metronotte” erano considerati dai cittadini per ciò che erano veramente, cioè degli amici che vigilavano sulla loro incolumità. Per i cittadini che ti vedevano passare eri la Guardia notturna della loro zona, ed eri l’amico di tutti, abbonati e non. Mi è stato chiesto di scrivere solo una paginetta di ricordi, non un romanzo, ma prima di chiudere ci tengo a raccontare un paio di aneddoti, semplicemente a dimostrazione di come i cittadini onesti ci volessero veramente bene: in via della Spiga abitava un’anziana signora che tutte le domeniche, verso l’una di notte, tornava a casa con il taxi. Se però la signora non vedeva il Metronotte nei paraggi del suo portone, faceva fermare il taxi e non scendeva fino al suo arrivo: solo allora pagava il taxi e lo faceva andare via, perchè si fidava del Metronotte, e soltanto dopo averlo salutato si sentiva sicura di aprire il portone e rientrare a casa. Il panettiere che alle 2 di notte andava a fare il pane ci vedeva, ci salutava e ci diceva sempre “alle 5 sono pronte le brioches calde, passa che te ne prendi un pò da portare a casa”. In alcune vie centrali di Milano c’era poi un servizio che noi chiamavamo “zona anticipata”, perchè iniziava alle 20 e terminava alle 8 del giorno successivo, dalle 20 alle 23 e dalle 6 alle 8, e che consisteva nell’ispezionare solo pochissimi utenti: il nostro compito era quello di passeggiare in bicicletta per farci vedere dai negozianti quando chiudevano o aprivano le loro attività. Ed ecco un altro esempio della considerazione che anche i commercianti ci riservavano: in via Manzoni c’era un tabaccaio che, dopo aver tirato giù la serranda alle 20, rimaneva dentro il negozio a sistemare per il giorno successivo. Quando ci vedeva passare non mancava mai di offrirci qualcosa, e addirittura il mercoledì, quando era chiuso per turno, lasciava per il Metronotte un pacchettino appeso alla porta sul retro, con dentro un pacchetto di sigarette e un bottiglietta mignon di qualche liquore. È proprio il caso di chiudere con la famosa frase “si stava meglio quando si stava peggio”. • ©



...SCHERZI A PARTE (di Pietro di Leo)

Sono cresciuto professionalmente nel mondo della vigilanza. Ho lavorato per anni per uno degli istituti più prestigiosi del panorama italiano ed al suo interno la mia carriera mi ha portato dalla bicicletta alla sala operativa, sino a posizioni di coordinamento e controllo servizi.

Sono ormai in pensione ma i miei ricordi più belli rimangono legati allo spirito di cooperazione che si instaura tra colleghi, che diventa molto più di una condivisione professionale e che sfocia in amicizie spesso indelebili.

Il rigore professionale non escludeva momenti di gioco e di relax. Ricordo uno scherzo ai danni di un collega che, tra i controlli ispettivi notturni, aveva la cosiddetta “timbratura” all’ingresso di un cimitero. Ci organizzammo e, entrati nel cimitero, attendemmo che sopraggiungesse il collega per la timbratura: allungò la mano attraverso le sbarre del cancello per timbrare e noi prontamente gliela afferrammo; potete immaginare quanto poco sia mancato che ci rimanesse stecchito e vi garantisco che impiegammo non poco tempo perchè si riprendesse! Ne potrei raccontare a migliaia di episodi analoghi che allietavano un lavoro molto impegnativo e sacrificante fatto però anche di questi momenti, “momenti di vigilanza”. • ©

FORMAT VIGILE

Quasi tutti i corpi dello Stato (Carabinieri, Polizia, Guardia di Finanza, Corpo Forestale, Guardia Costiera, Esercito, Marina, Aeronautica) hanno, o hanno avuto, la loro consacrazione sullo schermo o sul video, e anche con serie importanti e fortunate, ottemperando contemporaneamente alla necessità di creare delle funzionali ed efficaci campagne di P.R., consenso e simpatia, a valere nei confronti del cittadino e dell’opinione pubblica. Soggetti quasi sempre premiati dalla “audience” e dalla conseguente popolarità presso i vari target di pubblico. Ciò che è riconducibile alla divisa nera (di metronotte o di vigile) ha avuto nella saga audiovisiva soltanto pochi approcci, anche se spesso sono stati chiamati a coprire i relativi ruoli interpreti familiari e carismatici. Un caso del tutto particolare, in cui la figura del metronotte diventa soggetto centrale di un vero e proprio film “giallo” è, per

l’appunto, “Metronotte”, film per il grande schermo, del 2000, con Abatantuono protagonista, scritto con le giuste atmosfere notturne e conseguente senso di solitudine, ben colto, nella sua critica cinematografica, da Maurizio Porro (Corriere della Sera del 1° Aprile 2000): “...un intrigo di provincia, un pò piovosa, alla Chabrol, dove il metronotte un pò voyeur Abatantuono, di eccezionale misura e delicatezza espressiva, scopre con la morte di un collega un groviglio di ripere e di corruzioni... solitudini incrociate, amori andati a male, egoismi diffusi. Il regista Francesco Calogero offre ai suoi fedeli un film sincero, di matrice un pò televisiva”. E, proprio sul tema del “soggetto TV”, si esprime anche Michele Anselmi (L’Unità’, 1 aprile 2000): “Perché non farne una serie televisiva? ... ‘Metronotte’ potrebbe davvero fungere da episodio pilota, senza nulla togliere alla sua dignità cinematografica”. Può essere un messaggio agli organismi rappresentativi perchè si facciano parte diligente a sensibilizzare soggettisti, autori, sceneggiatori, registi,

produttori: svolgere cioè quella che si dice attività di lobby, tesa ad accrescere immagine della categoria e a propugnare centralità e allargamento di funzioni ausiliarie nella società. E, peraltro, spigolando qua e là, non è difficile incontrare sul web della letteratura credibile, sulla cui base immaginare lo sviluppo di possibili storie cine-televisive (<http://ilcalendariodellasicurezzaprivata.com/category/i-racconti-del-metronotte-di-giovanni-laccabo-edito-dal-centro-studi-fortunato-zane/page/2/1-Racconti-del-Metronotte>). Un sito che ti consente di scoprire “I Racconti del Metronotte – Fatti Misfatti Eroismi della Vigilanza Privata a Milano 1946- 1982”, autore Giovanni Laccabò, Editore Centro Studi Fortunato Zanè. Scorrendo il sommario di questa pubblicazione salta immediatamente all’occhio la possibilità di creare almeno 9 soggetti e altrettante sceneggiature, bastevoli certamente per una prima stagione di fiction (dall’indice dell’opera: Il prestigio di Serse e i buoni ladroni - Tre neofiti a pedale tra cen-

tro e periferie - La vita alla rovescia - I futuri sindacalisti prima di Damasco - Com’era grama la notte negli anni Sessanta - Lo sciopero ad oltranza dei ventotto giorni - Nel guado tra passato e futuro - Gli amici di Fortunato - La storia del Caduto Erminio Vittorio Carloni). E la prefazione dell’autore è la promessa di offrire al lettore storie non inferiori, in quanto a pathos, umanità e “capacità di prendere” a quelle dei format creati per Carabinieri, Polizia, Guardia di Finanza, Corpo Forestale...: “Come migliaia di colleghi, anch’io ho disputato una battaglia di oltre trent’anni contro banditi, freddo, stress e sonno. Ora posso sfogarmi, ora che ho deposto il berretto e la giubba con i gradi, carichi di gioie ma anche di rancori: perchè sono stanco dei vostri mediocri pregiudizi; non sono un cugino povero dei poliziotti né una caricatura da cui trarre sberleffi e disprezzo... Ora che i miei capelli sono imbiancati più in fretta dei vostri, ora conservo i vostri segreti come in uno scrigno inviolabile assieme ai ritmi della città, le sue trasformazioni, le sue stagioni, soprattutto le sue notti...”

DONNE DEL VINO

Vino, tramandato attraverso immagini al maschile? Non più.

di Franco Fazio

Da Dioniso alle raffigurazioni d'arte (da Paul Cézanne, "Giocatori di carte", protagonista la bottiglia di vino, a José Frappa, "Dom Pérignon" che assapora l'uva); da uno ad altri nomi di prestigio di storia italiana: Cavour, Ricasoli, Einaudi, con i loro Nebbiolo, Chianti, Barolo, e - politico prima e combattente dopo (la Guerra di Indipendenza a Curtatone e Montanara) - Niccolò Antinori. Antinori, per l'appunto... e il vino comincia a godere di immagine al femminile. Ispirate e consolidate da 26 generazioni anche nella cultura del vino, il cammino delle sorelle Albiera, Allegra e Alessia Antinori riparte dall'istinto femminile di creare nuova vita, far rinascere rami di famiglia dimenticati, quale fattoria e 120 ettari tra Appia Antica e Ardeatina, alle porte di Roma. E anche con il disegno di valorizzare varietà in essere, non ancora nel pieno del loro vigore: il Fiorano e il Sémillon.

Ma soprattutto, nei 2600 ettari di vigneti, consolidare etichette di antica provenienza: Tignanello, Antinori nel Chianti classico, Castello della Sala, Pian delle Vigne, Guado al Tasso.

L'immagine è immagine, non soltanto all'interno di un proprio brand, ma anche all'esterno. wCosa può esservi di più istituzionale della Presidenza dell'Associazione Nazionale Donne Del Vino?

Segno altresì che, se vi è un'associazione

Per la coltura e la cultura del vino, la "terra va onorata e non sfruttata"

di donne del vino, l'immagine al femminile è ormai consolidata.

Ma nelle "bollicine", dove lo sciovinismo francese la fa ancora da padrone, la cosa importante, per l'orgoglio nazionale, è l'amore di Pia Donata Berlucchi per la sua Franciacorta e la "Fratelli Berlucchi".

70 ettari di vigneto DOC e DOCG a coltura "ecoambientale", secondo il principio che la "terra va onorata e non sfruttata" e che

"si trasforma soltanto la propria produzione, non si vende né si compra uva da altri". E che male c'è a sottolineare un orgoglio italiano? Il Brunello.

Ne è demiurgo Donatella Cinelli Colombini (Oscar 2003, miglior produttore italiano; Premio Internazionale Vinitaly 2012). Non solo capacità imprenditoriale e amore per le tenute di famiglia, proprie fin dal '500, ma visione di marketing, nel concepire sviluppo e diversificazione di un ambito complesso e articolato, nel creare eventi positivi ("Cantine Aperte" e "Movimento del turismo del vino"), toccando l'interesse di milioni di enoturisti; amore al femminile per il proprio genere; prima,

con la creazione di un premio-riconoscimento per la valorizzazione del ruolo della donna nella società e, per i giovani, poi, nell'assolvere l'impegno didattico-formativo nei master post-laurea. Arianna Occhipinti, nuova generazione di agricoltori, colti, specialisti nella loro laurea conseguita "in continente", per segnare speranze di controtendenza e significare il ritorno alle origini ("Adoro la forza di sapersi portare dentro un passato e un futuro allo stesso tempo"). Se si vuole, si può; si comincia da un ettaro e si crea un'azienda trenta volte più grande, si curano, con medesima dedizione, vigneti, produzione in cantina e commercializzazione, certi che i propri vini, oltre ad essere frutto di gioia e passione, sono tra i migliori al mondo.

"Vivo in un palmento. La zona di Vittoria e del ragusano è piena di queste strutture di pietra antiche come il tempo, dove una volta si pigiava il vino...

Quando cammino sul pavimento di questa casa, capisco che l'appartenenza è

"...la lentezza della natura va ascoltata per imparare tante cose"

fatta anche di suoni. Le pietre antiche come queste assorbono i passi, li respirano, ne rimandano un suono che è un'eco con dentro la terra e il suo calore. Non è poesia, è una cosa vera che tutti possono sperimentare."

Sensazioni e cose vere, assorbite dal bouquet dei suoi Frappato, Nero d'Avola, Cerasuolo. Moda e vino comunicano in pubblicità in maniera essenziale.

Diversamente Vinzia Novara che ha presentato la Sicilia al mondo secondo Firriato, le cui campagne raccontano atmosfere che arricchiscono la personalità del brand. In esse vi è la storia di una terra che, dapprima poco rilevante nell'eccellenza vitivinicola, con carattere, ostinazione e fantasia, diviene poi luogo di Rinascimento che, dal centro del Mediterraneo, scala il successo.

E si offre quale sintesi di aziende e prodotti competitivi ai più alti livelli mondiali, grazie a naturalezza e passione di Nero d'Avola, Frappato, Nerello Cappuccio, Ribeca, Perricone, Grillo, Catarratto, Inzolia, Harmonium, Quater Rosso e di bianchi di vaglia, quale il Santagostino Baglio Soria.

Marketing e comunicazione non mancano nella saga dei successi al femminile, nel vino. Percorso da brand manager, studi specialistici, fra Londra e Milano, carriera in multinazionali dei foods a segnare successi di mercato, ...per farsi poi conquistare dai progetti di famiglia, in Sicilia. È Francesca Planeta che si affianca a mentalità giovane, fresca ed esperta a quella dei "vecchi" di famiglia, coraggiosi e tradizionali. Ne nasce una strategia aziendale rivolta tanto al passato quanto al futuro, motivata da cultura enologica e patrimonio di varietà autoctone, con il "must" del rispetto dei territori di elezione. Così, da occidente a oriente, si insediano le aziende Planeta per trasmettere, attraverso il vino, l'identità di territori così diversi tra loro e quindi Nero d'Avola e Moscato a Noto, Frappato a Vittoria, Greco a Sambuca e Menfi, Carricante e Nerello Mascalese sull'Etna.

E poi, Chardonnay, Syrah, Merlot, Cabernet, Fiano.

"Nei miei vini, la lentezza della natura va ascoltata per imparare tante cose".

Elisabetta Foradori riconosce soltanto alla natura la possibilità di essere lenta.

Non al suo ruolo di capo azienda, nel quale donna significa assolvere sia compiti che per costume spettano ai capi azienda uomo, sia quelli connotati alla tradizione femminile.

Cioè obblighi familiari, anche morali, nel perseguire vie tracciate per fare grande l'enologia trentina nel mondo.

Grata a se stessa, per avere interpretato in maniera moderna l'essere contadina, viticoltrice, presente e attiva in tutti i passaggi e fasi di produzione, dalla vigna fino alla bottiglia, intende, così, il frutto del suo lavoro ("Granato", "Foradori" (Teroldego Rotaliano), "Myrto"): "...pura espressione del territorio... che... sente tutto quello che lo circonda".

"Continuare a fare i migliori vini a Barbaresco, e cercare di fare lo stesso a Montalcino e Bolgheri", il proclama di Gaia Gaja: secondo The Drinks Business, la donna più influente del vino italiano. Il giudizio è certamente dovuto alle sue pari attenzioni,

quale responsabile comunicazione e vendite dell'azienda di famiglia, al mercato interno e a quello estero.

Come tutti gli innamorati del proprio lavoro, e alla base dei successi, la convinzione che ciascuna bottiglia racchiuda la cultura del proprio mondo, vita degli artigiani, atmosfere dei borghi, forza delle tradizioni, ricchezza dei paesaggi, stile e qualità di vita e gli aspetti unici e creativi dei luoghi.

È l'insieme di tutto ciò che dà credito e simpatia, che incontra la domanda di consumatori alla ricerca di prodotti che rispecchino personalità, origine, varietà, cultura, visioni singolari.

Solo alcune delle Donne del Vino; impensabile menzionarle tutte, sia per non sconfinare nell'idea che nel vino "tutto è donna", sia perché, soltanto a guardare l'"Associazione Nazionale Le Donne del Vino", esse sono oltre 650 a rappresentare tutte le categorie della filiera vitivinicola, da vigneto a cantina, da tavola a comunicazione, con la precisazione statutaria che l'Associazione accoglie solo Signore che lavorano in prima persona nel campo del vino e non le simpatizzanti.

E, finalmente, un'iconografia al femminile: "Lydia con il bicchiere di vino" (1981- Francine van Hove). • ©



UNIVERSO GIOVANILE ITALIANO: “UNA CORSA AD OSTACOLI”

Risultati e considerazioni dal 3° Rapporto di Ricerca Nazionale Osservatorio Generazione Proteo

** Il Prof. Nicola Ferrigni è sociologo, esperto di metodologia e tecniche di ricerca sociale. Dall'anno accademico 2006/2007 insegna “Sociologia” e “Metodologia della Ricerca Sociale” all'Università degli Studi Link Campus University, e dal 2011 dirige Link Lab, il Laboratorio di Ricerca Socio Economica della medesima Università. Dall'anno accademico 2005-2006 all'anno accademico 2010-2011 ha insegnato “Metodi di controllo e valutazione di politiche e di servizi” presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università Guglielmo Marconi. Partecipa in qualità di sociologo alle tavole rotonde e ai seminari formativi organizzati dalla Scuola Superiore di Polizia e dalla Scuola di Perfezionamento per le Forze di Polizia. È autore di numerose pubblicazioni e ricerche scientifiche. Tra le sue ultime pubblicazioni “C'era una volta l'ultrà” (gennaio 2013), Generazione Proteo (ottobre 2013). www.nicolaferigni.it*

Intervista al Professor Nicola Ferrigni*

D. Prof. Ferrigni, la società, e con essa la famiglia, gli educatori, il sistema, che per rigenerarsi ha bisogno di prospettive, è fortemente preoccupata per la realtà dei giovani che, per dirla con le loro abitudini comportamentali, appare più realtà virtuale che concreta.

Qual'è la sua lettura attraverso i dati e gli elementi di studio che animano le sue giornate di ricercatore e di Direttore dell'Osservatorio Generazione Proteo?

R. Una “corsa ad ostacoli” quella della generazione che emerge dal 3° Rapporto di ricerca nazionale dell'Osservatorio che dirigo, che da oltre due anni fotografa valori e abitudini, modi e mode, paure e aspirazioni dell'universo giovanile italiano. L'Osservatorio Generazione Proteo continua a raccontare la grande storia di una generazione proteiforme, che avevamo scoperto inafferrabile e fatta di talenti e solisti fuoriclasse. Una generazione che svela quest'anno atleti e corridori, quasi inconsapevoli, di una competizione agonistica quotidiana, sulle diverse piste della vita, del lavoro, dei rapporti con l'altro, della scuola, dell'università e della tecnologia. Una corsa tuttavia a ostacoli che si frap-

pongono nel loro percorso, barriere che invitano a essere superate e saltate, e che a volte costringono invece a rallentare o addirittura a cadere e fermarsi. Sono le barriere imposte da strutture e sovrastrutture sociali, culturali, economiche, politiche, che intrappolano e mettono a dura prova il percorso di realizzazione e autorealizzazione dei giovani. È così che l'attuale incertezza economica e politica frena o arresta la progettualità, alimentando a soli 17 anni la paura della disoccupazione – la principale paura per il futuro per il 23,4% degli intervistati – e la conseguente esigenza di mettere da parte una ipotetica grossa somma di denaro ricevuta, per poterla utilizzare nel futuro in caso di necessità (18,8%).

D. Iene spontaneo considerare quanto lineare fosse la progettualità familiare dei trascorsi decenni – fra il dopoguerra e gli anni '70 – di dotare i figli dello strumento che appariva la soluzione ottimale alle aspirazioni di lavoro e prestigio: il titolo di studio, consacrato dal pezzo di carta chiamato laurea. Che ne è di tale miraggio?

R. Quella tracciata nel 3° rapporto di ricerca è una generazione nella quale si fa più fluida l'antica distinzione tra lavori di serie A e lavori di serie B che, qualora avvertita, si ravvisa non più nel riconoscimento sociale dato dalla formalità del titolo ma in una concretezza che trova la sua espressione più compiuta nel gua-

gno e nella retribuzione (30,2%).

I giovani oggi appaiono sempre più inclini al sacrificio, elemento ritenuto essenziale per ottenere e conservare un lavoro, mentre affidano il rischio a chi ha voglia di mettere in piedi un'attività imprenditoriale (14,2% dei giovani intervistati). Ma anche questi ultimi, sentendosi intrappolati in un Paese economicamente in crisi, vedono all'estero il proprio futuro lavorativo (44%) così come guardano oltre i confini del nostro Paese i modelli imprenditoriali da seguire, Steve Jobs primo fra tutti (30,3%).

La politica appare, inoltre, sempre più lontana dalla vita dei giovani – nonostante una rinnovata voglia di partecipazione che passa attraverso la tecnologia

e i social network – mentre le Istituzioni vengono percepite come uno tra i principali ostacoli nella loro “corsa”.

D. Nei progetti familiari che coincidevano con il conseguimento del titolo di studio, vi era certamente un'inconscia determinazione a far sì che i propri figli potessero, con competenza, partecipare alla vita delle istituzioni, tout court, alla vita politica del Paese. Avverte ancora tale tipo di proposito sociale?

R. Chiamati ad esprimere la propria fiducia su una scala da 1 a 10 nei confronti di alcune Istituzioni presenti nel nostro Paese, a ricevere un livello di fiducia molto basso sono proprio le Istituzioni politiche: i Partiti Politici con un punteggio medio pari a 4,8, il Parlamento con un giudizio medio di 5 e il Presidente del Consiglio con una valutazione di 5,9, mentre un voto di poco superiore alla sufficienza è assegnato al Presidente della Repubblica (6,5). Oltre la metà del campione (44,9%) inoltre non ha mai pensato di impegnarsi in politica perché completamente disinteressato. La ricerca sottolinea inoltre un impegno civile e politico modesto se rapportato alla partecipazione ad attività organizzative tradizionali e tipiche di un partito: il

90,5% degli intervistati, infatti, dichiara di non essere mai stato iscritto ad un partito politico mentre il 74,8% non ha mai fatto volantinaggio o non ha mai aderito a raccolte firme per petizioni o referendum. Cresce invece il peso assegnato alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione per partecipare a discussioni su tematiche politico-sociali, con l'utilizzo di blog e social network. Ciononostante, i giovani sono consapevoli della propria forza innovativa e che il cambiamento sia affidato soprattutto alle nuove generazioni.

D. Sembrerebbe, dunque che i giovani, seppure lontani dal modello intellettuale delle generazioni che li hanno avviati verso una nuova società, e seppure apparentemente fragili, appaiano pur tuttavia attenti verso nuove tematiche, forse anche su quelle giudicate un tempo scabrose o poco meritevoli di attenzioni.

R. Seppur ancorati a solidi valori e credenze, i giovani intervistati inoltre, appoggiano e rivendicano la trasformazione di alcuni assetti esistenti e l'abbandono di un quadro di modelli sociali, morali ed etici. Favorevoli alla possibilità per le coppie omosessuali di unirsi in matrimonio (a patto che questo avvenga con rito civile),

abbracciano ancora una visione tradizionale della famiglia e del matrimonio che dissente, da alcune rivendicazioni, come il diritto di adottare dei figli o unirsi in matrimonio religioso per le coppie omosessuali.

I giovani si dimostrano anche in grado di superare i luoghi comuni sugli immigrati, mettendo da parte pregiudizi e accuse, nonostante non manchino di esprimere perplessità e problematicità legate alla loro presenza nel nostro Paese.



Responsabili nell'utilizzo delle tecnologie e consapevoli dei suoi pericoli, le risposte dei giovani intervistati lasciano ampio spazio però a timori e incertezze. Tante, troppe le vittime di bullismo, mentre emerge con forza una diffusa consapevolezza legata alla complicità delle nuove tecnologie, nella diffusione del fenomeno, mentre il social network Ask.Fm, noto per la sua modalità anonima di interazione, conferma la sua pericolosità: il 22,1% degli intervistati ha ricevuto offese anonime proprio sul social network, più volte oggetto di notizie di cronaca legate ad episodi di cyberbullismo. • ©



INTERVISTA A UN CAMPIONE DI GIOVANI

Il 23,4% ha paura della disoccupazione
Il 30,2% ha quale unica mira il guadagno e la retribuzione
Il 44% vede nell'estero il proprio futuro lavorativo
Il 14,2% affida il rischio a chi ha voglia di imprendere
Il 30,3 % vede in figure straniere, prima fra tutte Steve Jobs, i modelli imprenditoriali da seguire
Il 44,9% non ha mai pensato di impegnarsi in politica
Il 90,5% dichiara di non essere mai stato iscritto ad un partito politico
Il 74,8% non ha mai fatto volantinaggio o non ha mai raccolto firme per petizioni o referendum
Il 22,1% ha ricevuto offese anonime sul social network

SU UNA SCALA DI VALORI DA 1 A 10:

I Partiti Politici hanno un punteggio medio pari a 4,8;
Il Parlamento un giudizio medio di 5;
Il Presidente del Consiglio il 5,9;
Il Presidente della Repubblica il 6,5.

CLINICA IPHONE

SOSTITUZIONI BOTTONE HOME, SCHERMO TOUCH, BATTERIA "FULLY TESTED", DOCK CONNECTOR, ANTENNA DATI/WIFI, FOTOCAMERA.

INTERVENTI LAVAGGIO E SANIFICAZIONE, RIPARAZIONE CHIP AUDIO, SOSTITUZIONE LCD RETINA TASTI MUTO E VOLUME, TASTO ACCENSIONE, TELAIO, CICALINO AUDIO, SENSORE DI PROSSIMITÀ.



**ASSISTENZA E
RIPARAZIONI
PRODOTTI APPLE**

Siamo alla Stazione Ferroviaria  di PADOVA

Tel. 049 8364081

INUTILITÀ DELLE RISORSE UMANE

*Vi saranno ancora
Imprenditori disposti a
fare impresa nonostante la
pressione dello Stato?*

di **Alessandro Pignatelli**

Domenica mattina, guardo dalla finestra una bambina, forse 2 anni, gioca con la scopa... Immagine dolce e romantica, che mi porta a riflettere su altro. Sul mio lavoro, sulla mia Azienda di Multiservizi, Security e Portierato. Queste colonne nascono con l'intento di dare messaggi e stabilire relazioni con la categoria, e con chi decidesse di intraprendere quest'attività; sento quindi il bisogno di parlare dell'involuzione di settore: sto da anni in questa giungla, forse uno dei primi ad approdare; credo di averne viste tante e, pur tuttavia penso che il crollo del settore e della società moderna stia "uccidendo" la risorsa più importante dell'animo umano: l'elemento umano stesso. Chissà perché la bambina che gioca con la scopa, mi ha portato alla conclusione che l'evoluzione dell'essere umano nella società operosa si è fermata al medio-evo: ognuno aveva un incarico ed era parte di un ingranaggio necessario alla sopravvivenza! Un pensiero che ha fatto

da guida a una riflessione. Da 15 anni, la mia azienda ha creato quasi 5.000 posti di lavoro, per svolgere mansioni non necessarie al core business dei miei clienti (pulizie, vigilanza armata e non, servizi di reception e portierato): loro appaltano per comprare professionalità ed efficienza da esterni che, proprio perché

L'efficienza deve essere stimolata dagli obiettivi del datore di lavoro

non "appiattiti" dal posto fisso, danno il massimo per ben figurare. Verrebbe da pensare che insicurezza e discontinuità del posto di lavoro possano configurarsi quale ricatto morale ed economico! Ma non è così! Nel sistema meritocratico USA, efficienza e voglia sono stimolati da obiettivi del datore di lavoro; a questi criteri ho cercato di improntare l'azienda e ogni dipendente in questi anni ha dato

il massimo contribuendo alla crescita comune per essere punto di riferimento e di comportamento. A questi operatori dobbiamo molto, ma altrettanto loro a noi. Perché mai? Perché a fine anni '90, con la crisi, la disoccupazione era arrivata al "codice rosso" e figure quali portiere, receptionist e guardiano non richiedevano curricula di prestigio o "raccomandazioni" di partito. Le assunzioni erano valutate, semplicemente, secondo la volontà del "colloquiato" di ricominciare da capo, e riprendersi una vita che, negli anni precedenti, era passata attraverso l'illusione di essere cittadini di ELYSIUM, dove tutti erano ricchi e uguali! Oggi i clienti pretendono maggiore professionalità e prezzi d'inizio millennio, incuranti che la vita costi il doppio; inoltre chiedono: inglese, laurea, presenza, sorriso, disponibilità, lealtà, 10/10 di vista, mai un raffreddore; ciò che i colleghi stranieri garantiscono da sempre. Ma come direbbe il cantante Fabri Fibra "In

Italia" non è, e non può essere così?" In Italia Clienti, Enti e Istituzioni vogliono spendere poco senza badare a referenze aziendali, valutando il risparmio - talvolta di pochi centesimi - tra i fornitori. È la Spending Review! Ma spendere poco vuol dire avere un servizio scadente? No! Vendiamo risorse umane e un operatore, qualunque sia il trattamento economico, farà sempre degli errori, perché è "umano"; anche Maradona o Balotelli, nonostante contratti milionari, non sempre rispondono, con impegno ed efficienza. Lavorare dunque a prezzi alti o bassi, non vuol dire lavorare meglio. Voglio dire che un ragazzo laureato, che parla due lingue, non resterà mai fermo in un'azienda come la mia, che, non diversamente da altre, consente di vivere dignitosamente, pagare il mutuo, fare la spesa, mantenere la famiglia, nulla di più. Certo è che il costo della vita è troppo alto perché una famiglia possa programmare su un unico stipendio; questo è un problema sociale,

che non può risolvere il settore. Il lettore si chiederà cosa può avere il nostro settore di così speciale rispetto ad altri? Nei servizi integrati, il margine è veramente basso, tenendo conto di obblighi fiscali, normativi e contributivi; esprimendo un prezzo orario, l'utile si basa su ogni ora di lavoro venduta: se un servizio di pulizie si

Il sistema rifiuta la professionalità per ricercare solo il risparmio

vende a €12/h, la pertinenza dell'azienda sarà di 1€ da tassare: il margine quindi sarà di 20/30 centesimi per ora lavorata. Poco per mandare avanti una struttura! E allora quante ore servono per un risultato remunerativo? Molte per mantenere ufficio, commercialista, avvocato, consulente del lavoro, ufficio del personale, auto aziendali, cellulari, divise, visite mediche, attestati di qualità, trasferte,

pubblicità, assicurazione, cancelleria..., e parliamo di costi generali, non ancora di spese extra! Come i licenziamenti a pagamento, perché ove vi è giusta causa, c'è da pagare presso la DTL la pigione (oltre al TFR) per chiudere la pratica, avvocato per recuperare i crediti, spese di c/c bancario, web. A volte leggo di aziende che distruggono capitali, scappano all'estero, falliscono. Non mi stupisce. Per qualche imprenditore, le buone intenzioni s' infrangono sui mancati ritorni, in termini di valore, per la creazione di posti di lavoro; si dissolvono quando percepisce che il suo status d'imprenditore è associato solo ai concetti di lucro e sfruttamento. Il nostro settore non produce volumi in-

Il costo della vita è troppo alto perché una famiglia possa contare su un solo stipendio

dustriali con margini che, seppur esigui, rispetto alle entità prodotte, possano determinare risultati gratificanti. Esso presta forze di lavoro sulle quali il risultato, considerati gli oneri dello Stato, è nulla rispetto a quanto, socialmente, si produce. Non vi è profitto e non può esservene senza agevolazioni per il costo/lavoro. Quale impresa può sopravvivere senza profitto? E quale guadagno potrà mai prodursi se i prezzi della mano d'opera crescono e i tariffari sono sempre più al ribasso, a causa della mancanza di fidelizzazione della clientela, che non valuta più l'impresa, ma solamente il risparmio di fine anno? Lo scopo dell'imprenditore di questo settore è essere utili alla comunità nella creazione di posti di lavoro, aiutando persone che senza l'esistenza di mansioni di guardiano, pulitore o portiere non avrebbero di che vivere. E, ritornando alla bambina con la scopa.... la stessa, se da grande vorrà fare le pulizie, non potrà, perché probabilmente non avrà studiato abbastanza per essere qualificata per quella mansione! O ancora peggio non vi saranno più imprenditori disposti a fare i Servizi Integrati, perché saranno stanchi della politica di crocifissione dello Stato. ©

PETROLIO, GAS, ORO, DIAMANTI, LEGNI PREGIATI, BAUXITE...

Il Camerun è in continua crescita e dotato di imponenti risorse naturali ma non sempre dispone di adeguate tecnologie per lo sfruttamento delle risorse. Quali opportunità per "l'Impresa Italia"?

di **Silvia Recchioni**

Pace, Lavoro, Patria. È il motto della Repubblica Democratica del Camerun che appare sullo stemma nazionale e che ben riassume obiettivi e sensibilità di questo vivace Paese del Centro Africa con un tasso di crescita annua di oltre il 2%. Il Camerun, non diversamente da molte altre nazioni africane nei secoli dei grandi viaggi oltre il Mar Mediterraneo, è stato oggetto di interesse da parte di europei desiderosi di esplorare nuove terre e di fondare colonie. Tra questi, alcuni viaggiatori portoghesi furono i primi ad arrivare nel XV secolo e a dare il nome a questa terra. Camerun deriva dal portoghese "Camaroes", che significa gamberi, vista la grande presenza di tali crostacei nel locale fiume Wouri, ribattezzato appunto dagli esploratori portoghesi Rio do Camaroes, fiume dei gamberi.

Dopo il periodo coloniale protrattosi fino al 1960, il Camerun ottiene l'indipendenza dalla Francia; nel 1961 anche il territorio dell'ex - Camerun inglese entra a far parte della Federazione del Camerun. Tuttavia è nel 1972 che il Camerun assume la veste politica e giuridica a noi oggi nota, dando vita all'attuale Repubblica Democratica del Camerun. Con i suoi circa venti milioni di abitanti con un'età media di circa vent'anni il Camerun rappresenta una felice eccezione

nel continente africano a motivo del fatto che non ha mai subito alcun colpo di stato e che il regime democratico in essere è considerato fra i più stabili dell'Africa, stabile anche grazie all'opera del partito di governo, il Rassemblement Démocratique du Peuple Camerounais

Venti milioni di abitanti, età media vent'anni, ordinamento democratico fra i più stabili dell'Africa

(RDPC), guidato dall'attuale Presidente della Repubblica, Paul Biya che detiene il potere dal 1982. Inoltre, la convivenza fra le oltre duecento etnie presenti nel Paese è assicurata dalla presenza capillare dei molti capi-villaggio che fungono da autorità amministrativa e giudiziaria per le questioni minori. Anche per quel che riguarda la convivenza religiosa fra i due grandi gruppi presenti nel Paese, vale a dire cristiani e musulmani, in un periodo difficile, quale quello che stiamo attraversando in tema di fondamentalismi religiosi che talvolta sfociano nel terrorismo, le relazioni sono da considerarsi serene e basate sulla reciproca accettazione.

Il Camerun, come già detto, è in conti-

Nell'articolo di Fondo del primo numero di questa rivista, è stato fatto un riferimento verso la sminuita capacità o volontà dell'impresa italiana a ricercare nuovi orizzonti, a farsi, in maniera intensiva, promotrice d'iniziativa al di fuori dei propri confini. Nell'Editoriale di questo numero, se ne parla ancora, con altro taglio, poiché intenso è il dinamismo di capitali e imprenditori globali che trovano interesse nelle aziende italiane. La linea del nostro giornale ha stimolato interessi, curiosità e desiderio di averlo quale fonte di informazione per chi guarda allo sviluppo sui "cantieri del mondo". In questo senso riceviamo e facciamo nostro il "pezzo" di presentazione del Camerun. Ci appare quale opportunità per le imprese italiane che desiderano inserirsi in un sereno contesto di nuove realtà rispettose del lavoro e dell'ingegno altrui. Ci sembra doveroso sostenere le istanze del Paese Camerun, poiché realtà ricca di risorse e di aperture alle relazioni e agli scambi culturali ed economici. A queste condizioni si potrà pensare di trovare nuove situazioni di sviluppo, nuovi sbocchi economici e determinare reciproci vantaggi, fondamentali altresì per contribuire alla soluzione di non sostenibili fenomeni migratori da continente a continente.



nua crescita e pur dotato di imponenti risorse naturali e fra queste petrolio, gas naturale, bauxite, oro e diamanti e legni pregiati, non sempre dispone delle adeguate tecnologie per l'adeguato sfruttamento di tali risorse. Inoltre, il programma di crescita adottato dal governo del Primo Ministro Yang e sotto la continua supervisione del Presidente Biya, prevede massicci investimenti nelle infra-

Investimenti nelle infrastrutture, nel social housing, nel potenziamento di energie alternative e tradizionali

strutture quali strade, porti, aeroporti, nell'edificazione di alloggi sociali e nel potenziamento del settore dell'energie alternative e di quelle tradizionali quali, il settore idroelettrico che costituisce un interessante potenziale di sfruttamento; il Camerun infatti è al secondo posto nel continente africano per ampiezza di bacini. I progetti inerenti il programma di crescita vengono proposti in varie modalità e fra questi le gare d'appalto e le gare ad assegnazione diretta sulla base dell'economicità dell'offerta e delle capacità tecnico-finanziarie delle aziende che partecipano alla competizione. Caratteristica quanto mai interessante agli occhi degli imprenditori è la rapidità con la quale i lavori vengono assegnati e conseguentemente liquidati. Ciò deriva da una gestione molto snella della burocrazia ma anche dalla presenza di dirigenti statali e governativi piuttosto giovani e capaci, che spesso si sono formati in Europa con lo scopo di allineare



il Camerun agli standard internazionali e con l'ambizioso obiettivo di annoverare il Camerun fra i Paesi emergenti nel 2035. Inoltre, operare in un Paese così strutturato ed allo stesso tempo così bisognoso di tecnologia, concede il notevole vantaggio di poter bypassare tutti gli step che l'industria del mondo occidentale ha dovuto percorrere durante il proprio percorso evolutivo a partire dalla metà del secolo scorso; si pensi ad esempio alle fibre ottiche in sostituzione delle ormai datate comunicazioni elettriche o su rame, rendendo concreta ed attuabile la possibilità di offrire servizi e prestazioni all'avanguardia e di altissima resa. Tali prospettive non possono non destare interesse nelle aziende italiane, tra l'altro ben conosciute ed apprezzate in Camerun, per la qualità e l'accuratezza dei prodotti presentati e per la tecnologia all'avanguardia di cui dispongono soprattutto nell'ambito della piccola e media industria e nel settore delle costruzioni. In Camerun operano, con discreto successo, diverse imprese di piccola e medio grandezza mentre fra le grandi imprese sono presenti da diversi anni l'industria dolciaria

Attive grandi aziende italiane, fra cui Ferrero e Pirelli, ma anche piccole e medie imprese

Ferrero e la Pirelli. Dal 2003 con legge n. 20 del 15 gennaio è in vigore un accordo tra il governo italiano ed il governo camerunese per la promozione e la protezione reciproca degli investi-

ITALIA: SEDE DI FORMAZIONE DI STUDENTI CAMERUNESI

Tasso di alfabetizzazione del Camerun: 70 e 80% (tra i più alti del continente).

Circa il 70% dei camerunensi in Italia sono studenti o sono arrivati per motivi di studio. Dal 2003 al 2009 (Dossier Statistico Immigrazione), il numero dei laureati camerunensi in Italia si aggirava intorno a 1.250 unità.

Nel 2009, 4,7% dei laureati stranieri erano di origine camerunense.

Principali Università italiane frequentate dai camerunensi:

- Politecnico di Torino
- Università di Parma
- Università di Bologna
- Università di Modena-Reggio Emilia
- Università di Torino

Ambiti di studio che hanno interessato i camerunensi, dall'anno accademico 2003-4 al 2010-11:

- medicina (604 studenti)
- scienze economiche e bancarie (516)
- ingegneria dell'informazione (458)
- scienze infermieristiche (380)
- scienze farmaceutiche (186)

Fonte Raymond Siebetchu siebetchu@unistrasi.it

menti che è volto a sviluppare la cooperazione economica tra i due Stati. Il Camerun, inoltre, va considerato come una porta di ingresso privilegiata per la regione dell'Africa Centrale e della Comunità economica e monetaria della CEMAC, che riunisce fra gli altri anche Repubblica Centrafricana, Ciad, Congo (Brazzaville), Guinea Equatoriale e Gabon. Il Camerun, da solo, contribuisce al 50% del PIL dell'area CEMAC. La CEMAC inoltre ha stabilito al proprio interno la circolazione di una moneta comune il cosiddetto Franco CFA che al cambio con l'euro è valutato 655,95. • ©

UN SOSTEGNO ALLA RICERCA SULL'INSUFFICIENZA VENOSA CRONICA CEREBRO SPINALE E LA SCLEROSI MULTIPLA

Un provvidenziale presidio nell'assistenza dei pazienti per il miglioramento delle loro condizioni di salute

L'associazione CCSVI nella Sclerosi Multipla ONLUS sostiene la ricerca sull'Insufficienza Venosa Cronica Cerebro Spinale (CCSVI) e la Sclerosi Multipla (SM) e ne assiste i pazienti. La CCSVI si configura con una serie di malformazioni vascolari congenite che provocano una rallentata circolazione del sangue dal cervello e midollo spinale verso il cuore. La CCSVI in Italia non è ancora riconosciuta, anche se, dal 2013, l'International Union of Phlebology l'ha inserita tra le malfor-

mazioni venose congenite. La CCSVI, secondo diversi studi, è stata riscontrata in soggetti portatori anche di malattie neurodegenerative quali la SM, grave malattia infiammatoria cronica demielinizzante del sistema nervoso centrale. La CCSVI si diagnostica tramite indagine EcoColorDoppler (ECD) o tramite flebografia. La CCSVI può essere curata, nei casi trattabili, con un intervento chirurgico di angioplastica dilatativa della vena (PTA) o con intervento chirurgico.

Studi preliminari hanno mostrato miglioramenti delle condizioni di salute dei pazienti che si sono sottoposti a trattamenti delle malformazioni venose ⁽¹⁾. In Italia, il Ministero della Salute ⁽²⁾ non riconosce ancora la CCSVI e raccomanda che nei pazienti con SM tale intervento sia fatto solo all'interno di studi clinici approvati. Attualmente l'Associazione chiede sostegno per finanziare un progetto di TeleMedicina che permetterà ad alcuni centri distribuiti sul territorio nazionale di utilizzare nuove tecnologie diagnostiche sviluppate di recente presso l'Ospedale di Ferrara, nell'ambito dei programmi spaziali governativi. Desideriamo che il centro di Ferrara diventi Centro Diagnostico di Eccellenza per analizzare a distanza dati raccolti sui pazienti in centri periferici. Il progetto permetterà di superare l'attuale situazione sulla diagnosi di CCSVI, spesso non possibile nei centri pubblici, che obbliga i pazienti a rivolgersi a operatori spesso privi di adeguata esperienza diagnostica.

Per informazioni

www.ccsvi-sm.org



FONTI: 1) Beelen R., "Evolution in quality of life and epidemiological impact after endovascular treatment of chronic cerebro-spinal venous insufficiency in patients with multiple sclerosis". Phlebology 2012 Mar. Salvi F. et al., "Venous angioplasty in multiple sclerosis: neurological outcome at two years in a cohort of relapsing-remitting patients" - Functional Neurology, 2012 Jan-Mar. Hubbard D., et al., "Clinical improvement after extracranial venoplasty in multiple sclerosis". J Vasc Interv Radiol. 2012 Oct; 23(10): 1302-8. Denisic M., et al., "Disability caused by multiple sclerosis is associated with the number of extra cranial venous stenoses: possible improvement by venous angioplasty. Results of a prospective study". Phlebology 2012 Nov. Zamboni P. et al., "A prospective open-label study of endovascular treatment of chronic cerebrospinal venous insufficiency" - Jour of Vascular Surgery 2009 Dec. 2) Circolari Ministero della Salute del 27/10/2010 e del 04/03/2011.



**Per grandi sfide:
Ricerca, Assistenza, Informazione**

**DONA il Tuo 5x1000
scrivi il Codice Fiscale
91321490376**



**Libera la Ricerca
su CCSVI e Sclerosi Multipla**

www.ccsvi-sm.org



RISORSE UMANE PER L'AZIENDA

SICUREZZA E VIGILANZA Piantonamento fisso e antirapina; Collegamento impianti di allarme con centrale operativa; Pronto intervento di autopattuglie; Servizi di ronda; Radiolocalizzazione satellitare; Tele-radioallarme; Videosorveglianza.

RECEPTION SERVICES Controllo accessi; Front ed help desk; Custodia e smistamento posta; Accoglienza per uffici; Assistenza multilingue.

Numero Verde 800 912 837 - www.metroservice.biz - www.metroservice.org.uk

Azienda Certificata ISO 9001 - ISO 14001 - OHSAS 18001