

Economia

ECONOMIALECCO@LAPROVINCIA.IT
Tel. 0341.599.064

ECONOMIASONDRIO@LAPROVINCIA.IT
Tel. 0342.211227

Lario e valli, maxi area da 78mila aziende

I dati. Lo studio di The European House-Ambrosetti. Tra Como, Lecco e Sondrio il 9,6% delle imprese lombarde. Nel periodo pre Covid il Pil è cresciuto del 10% l'anno. Oggi il gap è tornato negativo. Disoccupazione: qui al 6,6%

COMO
MARIA GRAZIA GISPI

Como, Lecco e Sondrio valgono il 9,6% delle imprese in Lombardia. Si tratta dell'area vasta che comprende le tre province, individuata dalle associazioni degli industriali come oggetto di uno studio strategico per lo sviluppo affidato a The European House Ambrosetti. Analisi che andrà in profondità e nei dettagli, ma della quale sono già disponibili i dati di partenza, propedeutici allo studio.

Insieme Como, Lecco e Sondrio si collocano al quarto posto in Lombardia per numero di imprese attive (78.242), cifra che corrisponde al 9,6% della regione. Più della metà sono situate nel Comasco.

In termini di valore aggiunto, Como traina l'area con il 47% del manifatturiero, ma Sondrio ha registrato una variazione positiva del 36%, anche se partiva da numeri più contenuti.

Gli indicatori

Le esportazioni, grazie anche al balzo di recupero post-pandemia nel 2022, segnano un dato aggregato di 13 miliardi di euro che corrispondono all'8% del totale regionale, con Como e Lecco in testa. La provincia di Lecco si posiziona al primo posto in Lombardia per l'incidenza di valore aggiunto dell'industria. Il turismo, trainato principalmente da Como, contribuisce significativamente all'economia

locale e rappresenta il 22% del totale regionale.

Nel periodo pre Covid, tra il 2010 e il 2019, il Pil del territorio "Lario e valli" è cresciuto del 10% all'anno, con Lecco in particolare che si è dimostrata la provincia più dinamica.

La crisi del 2020 ha portato una riduzione dei livelli di benessere del territorio che ancora non sono stati recuperati. In particolare il gap è ancora negativo soprattutto per Como (-1,3%) e Sondrio (1,92%).

Un punto di attenzione è il mercato del lavoro nel prossimo futuro. Il tasso di disoccupazione a Lecco è il più basso della Lombardia con 2,9%, mentre il più alto regionale è quello di Sondrio e Como con il 6,6%. «L'Italia sta affrontando l'inverno demografico con una crescente componente senior

■ Si tratta della fotografia che precede un approfondimento analitico

■ Il settore del turismo trainato da Como rappresenta il 22% del totale lombardo

(over 35) e una decrescita della popolazione giovane - ha spiegato Pio Parma, senior consultant Area scenari e intelligence della società di consulenza - questo fattore di invecchiamento della popolazione pone problemi di sostenibilità per il mercato del lavoro, in particolare nei territori lariani perché hanno un tasso di immigrazione tra i più bassi della Lombardia, attorno al 7%».

Il trend demografico

Preoccupa il trend demografico che, in media per la nostra area vasta, è di -8% negli ultimi dieci anni.

Nella Provincia di Lecco l'indice di vecchiaia in 10 anni è aumentato da 149,2% a 199,3%, risultando la variazione più ampia tra le tre province, mentre l'indice di dipendenza degli anziani più alto si registra nella provincia di Sondrio passato da 33,3% a 39,5%.

«L'adozione di un approccio integrato per lo sviluppo del territorio può rafforzare le filiere strategiche insediate nelle tre province e crearne di nuove, mettendo a valore le specializzazioni produttive e le competenze oggi insediate e minimizzando l'impatto dei fattori di debolezza - ha concluso l'analista nel presentare lo studio strategico territoriale - si lavorerà per rilasciare sul territorio asset competitivi ed elementi di valore permanenti nel tempo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'incontro promosso da Confindustria a Gravedona

Elettromeccanica e plastiche Canale diretto con la Svizzera

I settori

Processi di formazione della Camera di Commercio per affacciarsi al mercato elvetico

Meccanica, elettromeccanica e plastica, negli ultimi anni la Svizzera chiede all'Italia anche i prodotti di questi settori. Fare affari con la Svizzera in tali ambiti è possibile. Tuttavia, quello svizzero è un mercato al quale ci si deve affacciare solo se ben preparati.

La Camera di Commercio Como-Lecco sta mettendo in campo una serie di processi di formazione proprio per aiutare gli imprenditori di frontiera ad

ampliare i propri mercati verso la Confederazione. In questa ottica è stata presentata un'attività di preparazione e formazione degli imprenditori che prosegue e rientra nell'attività del "Desk mercato svizzero".

«Vogliamo aiutare l'imprenditore lariano a capire come deve muoversi in Svizzera e lo facciamo con incontri di formazione e di coaching, in collaborazione con la Camera di commercio italiana per la Svizzera - spiega Lucia Golfari dell'Area internazionalizzazione Lario Sviluppo Impresa della Camera di Commercio di Como-Lecco - La Svizzera da sempre cerca il nostro saper fare e la nostra qualità, ma bisogna capire i loro meccanismi ed



Meccanica, elettromeccanica e plastica tra i settori privilegiati

è importante aver un referente in Svizzera e un imprenditore svizzero che sappia spiegarli. Proponiamo quindi incontri, che chiamiamo di coaching, e cerchiamo, come è successo l'anno scorso, di far partire nuove commesse e collaborazioni italo-svizzere».

L'attività di formazione degli imprenditori della Camera di Commercio rientra tra quelle del "Desk Mercato Svizzera" che il 5 ottobre ha avviato un focus specifico sul settore dei beni industriali e che prevede la preparazione degli imprenditori lariani al mercato svizzero. «Il settore manifatturiero elvetico negli ultimi anni è tornato a rivolgersi ai Paesi vicini (Germania e Italia), soprattutto riguardo alla meccanica di precisione e lavorazioni meccaniche, all'elettromeccanica, lavorazione della lamiera, lavorazione delle plastiche, cablaggi» si legge nella presentazione del progetto. «Per le aziende fornitrici lariane che vogliono aprirsi al mercato svizzero la

Camera di Commercio Como-Lecco prevede un check up con la responsabile del settore Beni Industriali Camera di commercio italiana per la Svizzera, un coaching individuale con una responsabile d'impresa esperta e attiva nel settore lavorazione lamiera in Svizzera per un gruppo selezionato di imprese e - aggiunge Golfari - un follow up con report individuale e breve lista di contatti di potenziali clienti svizzeri».

Ilaria Ceddia, responsabile settore Beni Industriali della Camera di Commercio Italiana per la Svizzera precisa inoltre che il mercato svizzero è «tutt'altro che facile e molto esigente e gli imprenditori italiani devono arrivare preparati, ecco perché la Camera di commercio italiana per la Svizzera collabora con le Camera di Commercio italiane, e in particolare con quella di Como e Lecco, per offrire formazione e dare la possibilità alle aziende di lavorare con la Svizzera». **C. Col.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Marketing digitale? Tutti lo vogliono

Il confronto. Tema chiave per i negozianti, la parola al direttore generale di Confcommercio Lecco, Alberto Riva «Sensibilità crescente tra gli associati, noi privilegiamo la formazione sull'uso professionale dei social media»

LECCO
MARIA G. DELLA VECCHIA

Cogliere le opportunità fornite dal digital marketing adottando le strategie più consone per arrivare ad acquisire nuovi clienti in un mercato che sta cambiando a ritmi sostenuti.

Proprio a partire da questa convinzione e nell'ottica di porsi a fianco delle imprese associate, Confcommercio Lecco ha organizzato lunedì scorso, nella sede di piazza Garibaldi, il convegno "Innovazione digitale nel commercio, turismo e servizi: crescita, opportunità e sviluppo".

Di attività del commercio, grandi e piccole, e di investimenti nel digitale parliamo con il direttore generale di Confcommercio Lecco, Alberto Riva.

Tra le imprese associate quanta sensibilità c'è sull'utilizzo delle nuove tecnologie?

Di fatto la sensibilità c'è ed è crescente. Il nostro spettro di associate è molto ampio, include piccole attività ma anche imprese più grandi e strutturate, come sono ad esempio le concessionarie di auto, oppure le aziende legate ai servizi per l'industria manifatturiera. Tuttavia anche le piccole imprese stanno via via sempre più capendo che andare sul digitale è estremamente utile, alcune attività anche piccole lo stanno facendo con risultati positivi. Senza arrivare all'e-commerce che comporterebbe aprire una sezione di vendita in più da seguire con la stessa attenzione che si dedica al negozio, le nostre imprese stanno capendo che utilizzando il digitale,



Alberto Riva, Confcommercio

quindi profilando i propri clienti creando delle mailing list, si dà il via a un'attività fondamentale che consente di avvisare magari sui saldi o sulle promozioni, dando vantaggi pur senza arrivare alle card della grande distribuzione. Per cui sempre di più grazie anche all'azione di sensibilizzazione che stiamo facendo la tendenza è in crescita. Noi abbiamo iniziato a erogare corsi sul digitale da almeno 15 anni e questo impegno sta dando frutti molto positivi.

Le aziende sono disposte a spendere per investire nel digitale? Si tratta spesso di fare post personalizzati magari sui social. È chiaro che postare messaggi targettizzati di settore aumenti il numero di contatti e di entra-

«Investimenti? I costi non esorbitanti sono accessibili alle piccole realtà»

ta in negozio reali sono più performanti di altre attività promozionali. Quindi è evidente che se uno si avvicina al digitale con i nostri docenti capisce che qualcosa deve investire, e investono. Quelli sul digitale mediamente non sono costi particolarmente esorbitanti e sono quindi anche accessibili alle piccole attività.

Negli anni com'è cresciuta la partecipazione ai corsi?

L'attenzione è sempre cresciuta ma è evidente che sul digitale c'è una concorrenza incredibile. Noi privilegiamo la formazione sull'uso professionale dei social media, anche se fra i nostri corsi ci sono anche quelli base sul digitale. Raccogliamo sempre adesione proprio perché anche i piccoli hanno capito l'importanza del digitale. Il convegno è stato molto positivo, l'interesse è stato grande come hanno dimostrato le domande molto pertinenti che sono emerse dai partecipanti. Non dimentichiamo che ad interessarsi del digitale nelle attività del commercio ci sono le nuove generazioni, quindi in ognuna delle nostre attività a gestione familiare si trova sempre un giovane che utilizzando con facilità le varie possibilità diffonde in famiglia una certa attitudine. Al nostro convegno erano presenti sia i senior che i giovani e le domande interessanti sono arrivate da entrambi. Sono lontani i tempi in cui i commercianti identificavano il digitale solo con Amazon, quindi con un certo tipo di concorrenza. Oggi hanno capito che l'uso professionale garantisce anche a loro risultati che altrimenti non avrebbero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Confcommercio Lecco ha organizzato il convegno "Innovazione digitale nel commercio, turismo e servizi"

Video sui canali giusti Un aiuto per il business

Un incontro voluto per "fornire un aiuto concreto per aiutare il vostro business": lo ha detto Chiara Silverij, responsabile dell'Ufficio Formazione di Confcommercio Lecco, in apertura del convegno sull'innovazione digitale organizzato dall'associazione il 9 ottobre a cui hanno partecipato i consulenti di Adv Riccardo Sala (Digital Marketing Manager) e Andrea Giammaria (Search Engine Marketing Special-

ist). «Per impostare al meglio il digital marketing occorre una strategia di vendita chiara - ha detto Sala - Oggi è riduttivo parlare di multicanalità, perché le imprese devono affrontare l'omnichannel, ovvero un piano strutturato con i vari canali di vendita interconnessi e integrati». Fra l'altro Sala ha spiegato che «per arrivare al processo di acquisto occorre porsi tre obiettivi: di business (in termini di volume di affari),

di marketing (cerco di parametrizzare, di capire i canali e il tipo di prodotti oltre che la loro visibilità e rilevanza) e di comunicazione (come faccio a "tradurre" il marketing in vendita). La vera domanda da porsi è: quanto sei disposto a spendere per ottenere un cliente?». Tra gli aspetti affrontati anche quello relativo all'utilizzo di canali audio e video: «Sono uno strumento prezioso: catturano l'attenzione; coinvolgono gli spettatori; attirano più traffico verso i siti web; migliorano il ricordo del marchio». Al termine è stato dato spazio alle domande e alle richieste dei commercianti presenti in sala. **M.Del.**

Nuove norme sulla privacy Una piattaforma per orientarsi

L'esperto

L'incontro di Confcommercio con Giorgio Marinoni
Come applicare la direttiva sul whistleblowing

«È una normativa importante e delicata, da trattare in modo molto professionale e il servizio che noi eroghiamo ha questa caratteristica. Per attuare la nuova normativa sul whistleblowing da noi le aziende possono chiederci non solo la consulenza ma anche le modalità operative. Per le segnalazioni non è necessario avere un numero di telefono o un mail dedicato. Noi offriamo l'utilizzo di una piattaforma che consente di dar corso a tutti gli adempimenti che la norma richiede».

Così in estrema sintesi il direttore generale di Confcom-

mercio Lecco, Alberto Riva, spiega ciò che l'associazione ha deciso di fare per affiancare le proprie imprese nel mettere in pratica la nuova normativa europea che riguarda la possibilità per i dipendenti delle imprese di segnalare eventuali illeciti o irregolarità commessi all'interno di un ente o azienda di cui il segnalante sia stato testimone durante la propria attività. Se tale possibilità riguarda più spesso un dipendente è tuttavia estesa anche a terzi quali, ad esempio, clienti e fornitori.

L'Italia ha recepito la normativa con il decreto legislativo n. 24 del 10 marzo scorso sulla base della direttiva Ue di quattro anni fa (2019/1937).

Entrata in vigore in Italia lo scorso luglio per le aziende con almeno 250 dipendenti e per le attività che al di là delle dimen-



Giorgio Marinoni, data protection officer e consulente sulla privacy

sioni sono soggette alla legge 231 del 2001 sulla responsabilità degli enti, la norma a dicembre verrà estesa anche alle aziende con oltre 50 dipendenti.

Un tema di grande interesse per gli associati di Confcommercio che ha organizzato lo scorso 25 settembre un seminario dedicato, dal titolo "Whistleblowing: come applicare la nuova direttiva in merito alle segnalazioni di illeciti in azienda".

Scopo dell'incontro è stato quello di approfondire il tema e spiegare alle imprese associate come applicare in modo corretto le novità di legge. A parlarne con le aziende è stato un consulente di grande esperienza, Giorgio Marinoni, data protection officer e consulente sulle normative della privacy.

Marinoni ha aperto l'incontro spiegando cosa si intenda per whistleblowing, vale a dire «lo strumento con cui i dipendenti, clienti, fornitori, terze parti in genere, possono segnalare, in modo riservato e protetto, anche restando nell'anonimato, eventuali illeciti riscontrati durante la propria attività, collaborazione o contatto in ge-

nera». Si è parlato del nuovo decreto legislativo italiano e si è passata in rassegna la tipologia di imprese che a breve dovrà adeguarsi alla nuova legge. Marinoni ha poi illustrato i diversi canali di segnalazione che possono essere utilizzati: (interna, esterna, divulgazione pubblica) e le persone che possono segnalare. Esì è parlato anche delle tutele in termini di riservatezza dei segnalanti, di trattamento e di conservazione dei dati personali.

Marinoni ha inoltre evidenziato cosa può o non può essere segnalato e le sanzioni previste, dal momento che indipendentemente dal canale con cui viene fatta la segnalazione, ciò che conta è che la denuncia sia relativa agli illeciti disciplinati dal diritto nazionale o europeo, seppure le diverse policy aziendali possano estenderla anche ai comportamenti non etici o non conformi ai codici di condotta adottati dalle imprese. Al termine sono state presentate ai partecipanti le soluzioni WBportal e Wbphone, cioè le piattaforme utili per le procedure di legge e per le segnalazioni. **M.Del.**

Lavoratori specializzati, tutti li vogliono

Occupazione. L'analisi "Progetto Excelsior" realizzata da Unioncamere identifica i profili più ricercati in provincia. Conducenti di impianti e operai di macchinari fissi e mobili, installatori: difficile reperire personale qualificato

SONDRIO

MONICA BORTOLOTTI

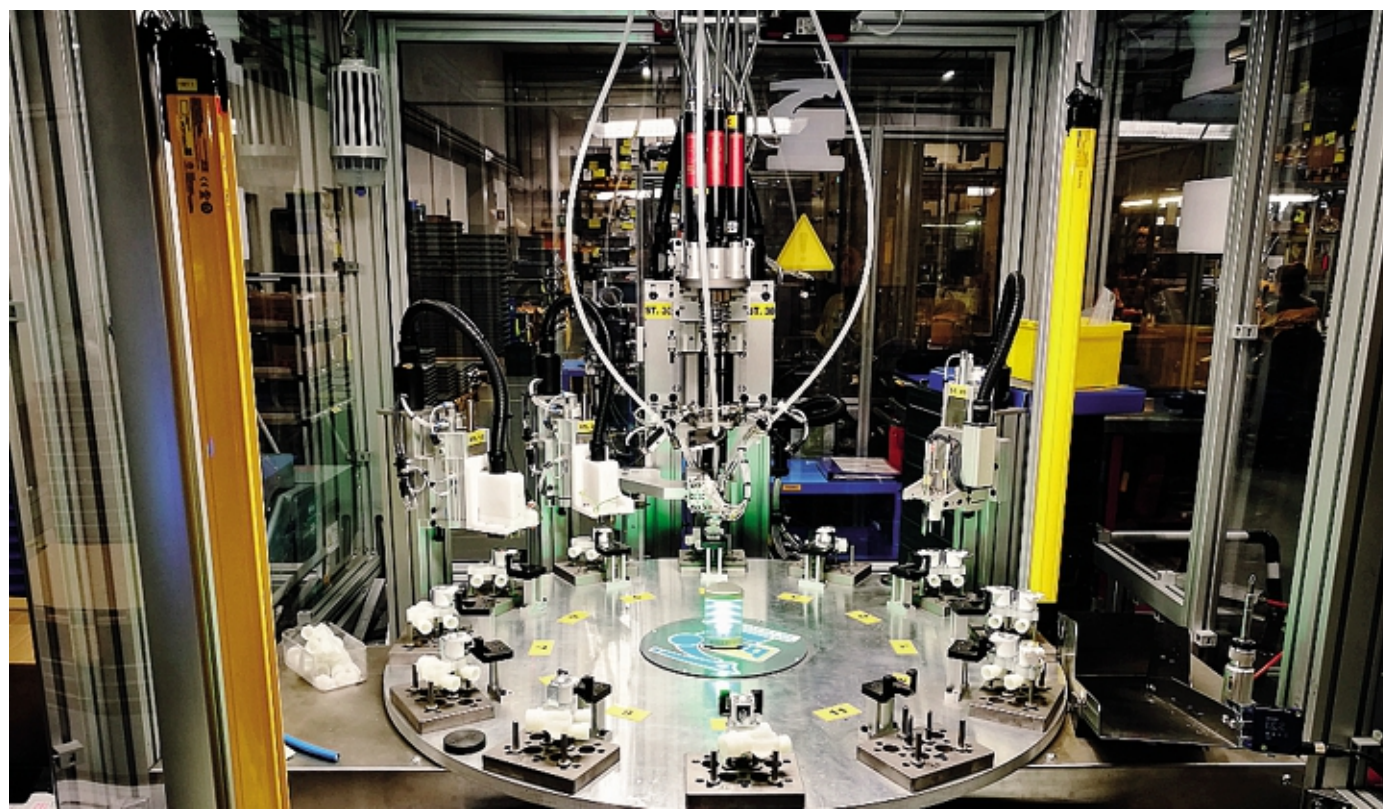
Operai specializzati, conducenti di impianti e operai di macchinari fissi e mobili, installatori, oltre a personale qualificato nelle attività commerciali e nei servizi, per lo più in quelli alle persone.

Sono questi i profili più ricercati in provincia di Sondrio secondo gli ultimi dati del Progetto Excelsior, l'analisi realizzata da Unioncamere in accordo con l'Agenzia nazionale delle politiche attive del lavoro (Anpal) per indagare le previsioni di assunzioni e i fabbisogni professionali delle imprese sul territorio.

Tendenza

L'indagine conferma di fatto un trend che si sta manifestando da tempo in fatto di figure professionali ricercate, esattamente come continua a indicare la difficoltà nel reperirle. E' introvabile secondo le imprese valtellinesi l'89,2% di attrezzisti, operai e artigiani del trattamento del legno; il 76% di meccanici artigianali, montatori, riparatori e manutentori di macchine fisse e mobili; il 75,5% di operai specializzati addetti alle rifiniture delle costruzioni e il 68% di conducenti di veicoli a motore. Ma anche il 65,3% degli operai specializzati addetti alle costruzioni e mantenimento di strutture edili.

Di difficile reperimento anche il 62,7% dei tecnici della sa-



Conducenti di impianti e operai di macchinari fissi e mobili: sono tra le figure più ricercate in provincia ma difficilmente reperibili

Alcune figure sono di fatto introvabili «Riorganizzare la formazione»

lute e il 75% di personale impiegato nei servizi alla persona. Un problema che si acuisce di mese in mese.

Solo qualche giorno fa, del resto, il presidente di Confartigianato Imprese Gianni Gritti aveva denunciato la situazione sempre più drammatica del reperimento delle figure professionali necessarie: «Qualsiasi categoria imprenditoriale ha un problema, anche i profes-

sionisti - aveva detto Gritti -. Da dopo il Covid manca il personale. Stiamo invecchiando, non c'è ricambio generazionale, i pochi giovani che ci sono o vanno a studiare fuori o a lavorare in Svizzera. Ci chiediamo quindi quale futuro potrà avere il nostro territorio». Motivo per cui si fa sempre più impellente la necessità di riorganizzare la formazione scolastica e non solo. Anche quella di disoc-

cupati e stranieri. Della carenza ormai cronica di manodopera aveva parlato anche Fulvio Sosio, imprenditore del settore legno, presidente del consiglio della sezione di Bormio di Confartigianato.

E seppure non si tratti di una consolazione, il problema non riguarda soltanto la Valtellina. Secondo i dati nazionali del Progetto Excelsior, infatti, la difficoltà di reperimento del

personale riguarda il 51% delle entrate complessivamente previste. Una questione che ha assunto ormai carattere strutturale e che, sempre a livello nazionale, raggiunge il picco del 66,3% per gli operai specializzati e del 53% per le professioni tecniche e per quelle qualificate nelle attività commerciali.

Figure

Il borsino delle professioni di Excelsior evidenzia tra le figure di più difficile reperimento, in particolare, gli operai specializzati addetti alle rifiniture delle costruzioni (circa il 76% è di difficile reperimento), i fonditori, saldatori, lattonieri, caldaieri, montatori di carpenteria metallica (71,8%), gli addetti nelle attività di ristorazione (64,6%), i tecnici in campo ingegneristico (64,1%). In aumento anche la domanda di lavoratori immigrati con 99mila ingressi programmati.

Fin qui i dati del trimestre settembre-novembre. Da ieri è partita l'undicesima indagine che servirà a capire il trend di assunzioni e fabbisogni del personale per il trimestre dicembre 2023-febbraio 2024, quello che interessa più da vicino la stagione turistica invernale. Le imprese della provincia di Sondrio potranno inserire i dati sull'interfaccia online della Camera di commercio fino al 26 ottobre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Banca Popolare di Sondrio colloca bond da 500 milioni

Operazione

Buona partecipazione di oltre 50 investitori con richieste per oltre 770 milioni

Banca Popolare di Sondrio ha collocato con successo presso investitori istituzionali una nuova emissione di covered bond per un im-

porto benchmark pari a 500 milioni di euro e durata di 5 anni.

Il collocamento è stato realizzato nell'ambito del programma di obbligazioni bancarie garantite da cinque miliardi di euro, assistito interamente da mutui residenziali.

L'operazione ha visto una buona partecipazione da par-

te di oltre 50 investitori con richieste complessive che durante la fase di esecuzione del mandato hanno raggiunto un ammontare superiore a 770 milioni di euro e sottoscrizioni finali con una prevalenza di soggetti istituzionali esteri (52% circa) rispetto a quelli domestici.

Lo spread, inizialmente annunciato pari a mid-swap



La Banca Popolare di Sondrio

+83 punti base, è stato di conseguenza ridotto fino al livello finale di 81 punti base sopra il tasso mid-swap a 5 anni.

La cedola fissa annuale è pari al 4,125%, con un prezzo di emissione dell'obbligazione stabilito a 99,536% e scadenza il 24 ottobre 2028.

La data di regolamento della transazione - è stato reso noto - è prevista per il 24 ottobre 2023.

Il titolo, riservato agli investitori istituzionali, sarà quotato presso il Luxembourg Stock Exchange.

Il rating atteso dell'obbligazione da parte dell'agenzia

Fitch è di AA. Con l'operazione odierna Banca Popolare di Sondrio ha completato il piano di funding a medio-lungo termine relativo all'anno 2023, facente parte del Piano Industriale 2022-25 "Next Step".

In qualità di Global Coordinator dell'emissione hanno agito Intesa Sanpaolo (Divisione Imi Cib) e UniCredit Bank Ag mentre in qualità di Joint Bookrunners hanno operato Banca Akros, Erste Group AG, Intesa Sanpaolo (Divisione Imi Cib), Lbbw, Natixis, Raiffeisen Bank International Ag e UniCredit Bank Ag.

FATEVI CONOSCERE ANCHE

Oltre confine

CONTATTATECI PER LA VOSTRA PUBBLICITÀ IN CANTON TICINO

SPM
SESAAB SERVIZI S.R.L.

22100 COMO
Via Giovanni de Simoni, 6
Tel. 031/582.211
Fax 031/526.450

23900 LECCO
Via Roma, 6 (2° piano)
Tel. 0341/599.064

23100 SONDRIO
Piazza Campello, 4
galleria Campello, 12
Tel. 0342.211227

24121 BERGAMO
Viale Papa Giovanni XXIII, 124
Tel. 035/358.888
Fax 035/358.753

Concessionario esclusivo per la pubblicità
CORRIERE DEL TICINO PLUS



L'alta vischiosità dei prezzi dell'energia in Italia

Prezzi import oil&gas in Italia sotto del 3,5% ai livelli 2021 vs +19,7% in Eurozona. Prezzi retail elettricità superiori del 68,8% vs +40,1% Uem. Maggiore ritardo nel Nord Ovest

di Enrico Quintavalle*

Sulla durata della **stretta monetaria** influirà la velocità di rientro dei prezzi dell'energia. A settembre i tassi Bce si sono alzati di ulteriore 25 punti base e nelle valutazioni delle autorità monetaria potrebbero "aver raggiunto livelli che, mantenuti per un periodo sufficientemente lungo, forniranno un contributo sostanziale a un ritorno tempestivo dell'inflazione all'obiettivo". Nelle previsioni di settembre formulate per l'area dell'euro, gli esperti della Bce indicano un tasso di inflazione pari in media al 5,6% nel 2023, del 3,2% nel 2024 per arrivare al 2,1% nel 2025, con una revisione al rialzo per il 2023 e il 2024 rispetto alle previsioni di giugno che riflette principalmente un rientro più lento dei prezzi dell'energia. Un cambiamento nei mercati energetici e l'aumento dei rischi legati al clima allo sforzo di decarbonizzare l'economia, associati ai rischi geopolitici, potrebbero avere effetti di più lungo periodo sui prezzi. Un prolungamento delle condizioni di stretta monetaria ridurrebbe ulteriormente la propensione ad investire delle imprese, penalizzando i processi di transizione ecologica e digitale. Senza un adeguato stock di capitale la produttività rimane stagnante, amplificando gli impatti del calo demografico e della difficoltà di reperimento della manodopera. In questa prospettiva diventa essenziale monitorare la discesa dei prezzi dell'energia, un processo che registra un maggiore ritardo in Italia, in particolare per l'energia elettrica.

L'analisi delle **curve dei prezzi dell'energia**, di cui forniamo alcune anticipazioni, sarà al centro di un webinar su 'Energia e sostenibilità, i numeri chiave per il mondo delle micro e piccole imprese', che si terrà lunedì 23 ottobre alle 17, nel corso della Settimana per l'Energia e la Sostenibilità di Confartigianato. Qui per programma del webinar e diretta streaming.

Nel **confronto internazionale**, a set-



tembre 2023 l'indice generale dei prezzi si colloca al 16,4% sopra ai livelli del 2021, a fronte del +15,5% dell'Eurozona mentre il capitolo Energia segna un +49,1% rispetto al +36,7% della media Eurozona. Il confronto per commodity - disponibile con dati ad agosto - evidenzia che i prezzi di elettricità e gas sono del 57,6% superiori alla media del 2021, oltre 17 punti sopra al +40,1% dell'Eurozona. Il differente andamento tra Italia ed area dell'Euro è tutto attribuibile all'energia elettrica che in Italia rimane del 68,8% superiore ai valori pre shock energetico a fronte del +40,1% della media europea, mentre il differenziale pressoché si annulla per il gas (+44,6% a fronte del +44,9% Uem) e diventa negativo per i carburanti (19,1% a fronte del +22,4% Uem).

L'analisi dei dati sui prezzi al consumo pubblicati il 16 ottobre dall'Istat evidenzia che a settembre 2023, il prezzo dell'energia elettrica sul mercato tutelato è dell'11,2% superiore alla media del 2021, mentre quello dell'energia elettrica sul mercato libero rimane più che doppio (+110,7%) rispetto alla media 2021.

Nell'analisi delle parabole dei prezzi emerge un aspetto paradossale dato dal maggiore ritardo del rientro dei prezzi retail dei beni energetici in Italia a fronte di prezzi all'import di petrolio greggio e gas naturale che a luglio 2023 sono inferiori del 3,5% alla media del 2021, mentre rimangono superiori del 19,7% in Eurozona. Tale vischiosità sottende la presenza di criticità nella formazione dei prezzi lungo la filiera che, dall'acquisto all'estero in poi, comprende la generazione elettrica - con il relativo mix di fonti -, i mercati all'ingrosso, il trasporto e la distribuzione di elettricità e gas.

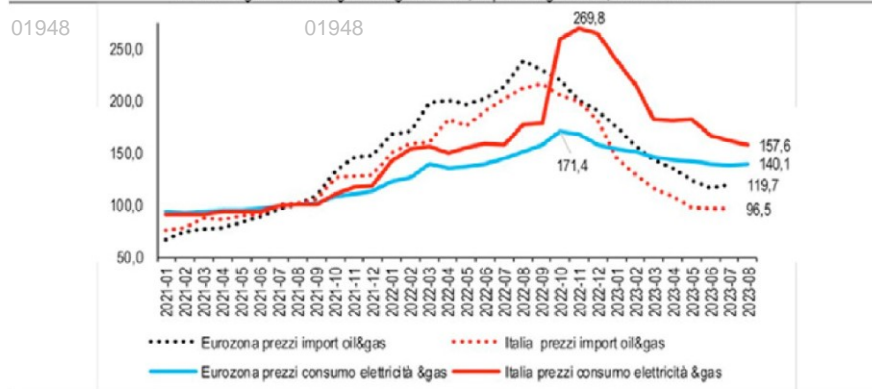
In chiave territoriale il ritardo più ampio nel rientro dei prezzi di elettricità e gas si registra nel Nord-ovest con un valore dell'indice a settembre 2023 superiore del +64,4% rispetto alla media del 2021; seguono a distanza Isole con +57,1%, Centro con +56,5%, Nord-est con +55,2% e Sud con +54%. Nel dettaglio, si osserva un divario più ampio per Valle d'Aosta con 82,3% e Piemonte con +70,8%, mentre quello più contenuto si registra in Basilicata con +37,2%.

***Resp. Ufficio Studi Confartigianato**

Twitter: @e Quintavalle

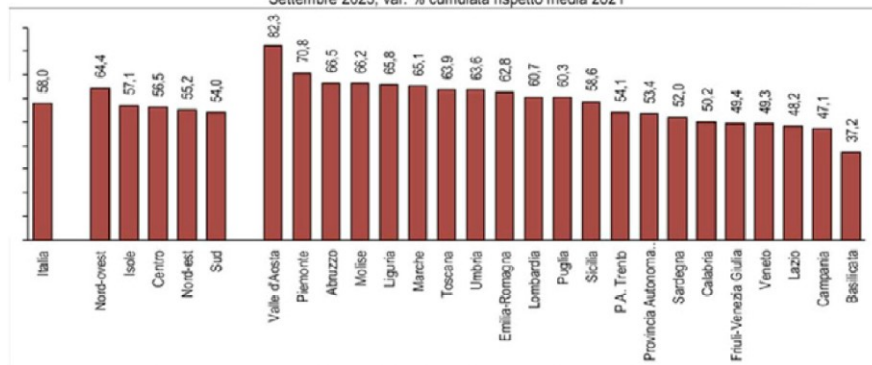
LinkedIn: [linkedin.com/in/enricoquintavalle](https://www.linkedin.com/in/enricoquintavalle)

Prezzi all'importazione di petrolio greggio e gas naturale e prezzi al consumo di elettricità e gas in Italia ed Eurozona
Prezzi energia elettrica e gas ad agosto 2023, import a luglio 2023, indice 2021=100



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Eurostat

Prezzi al consumo di elettricità e gas a settembre 2023 rispetto alla media 2021 per regione
Settembre 2023, var. % cumulata rispetto media 2021



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

PROMOZIONE SISTEMA PAESE

Tra i principali scopi quello di sostenere l'export delle filiere connesse ai beni ambientali

Il Gruppo Sace lancia «Green Push» per la valorizzazione del Made in Italy

●●● Il Gruppo Sace lancia Green Push, la nuova soluzione nell'ambito del programma Push Strategy (iniziativa che punta a rafforzare il posizionamento delle Pmi italiane nelle catene globali di fornitura), con l'obiettivo di valorizzare l'export Made in Italy a supporto della transizione green a livello internazionale.

Attraverso questa nuova soluzione, Sace vuole sostenere l'export italiano delle filiere connesse ai beni ambientali e allo stesso tempo supportare la transizione ecologica di grandi corporate internazionali, accompagnandole sia nella realizzazione di progetti a impatto green e sociale, sia nei loro percorsi di crescita sostenibile sempre legati a specifici Kpi come obiettivo.

Si tratta di un modello unico nel panorama europeo delle Export Credit Agency, attraverso il quale Sace rafforza il proprio impegno nel sostenere l'utilizzo di tecnologie e prodotti italiani a supporto degli investimenti Esg dei big player esteri.

«Green Push si inserisce nell'ambito della strategia e degli obiettivi del nostro Piano Industriale Insieme 2025, con il quale puntiamo ad aprire nuove strade per l'export italiano, creare connessioni e opportunità per le PMI e accompagnare la crescita sostenibile delle imprese», ha dichiarato Alessandra Ricci, amministratore delegato di Sace. «Un programma che si affianca alla nostra offerta di prodotti e servizi e che ci vede all'avanguardia nel proporre soluzioni innovative a sostegno delle nostre esportazioni».

Il meccanismo è quello consolidato del programma Push Strategy, che ha l'obiettivo di incrementare la penetrazione dell'export italiano in mercati nuovi o in quelli che presentano an-

cora ampio margine di crescita, che si rivolge alle controparti locali - selezionati e primari buyer esteri - e prevede l'accesso a finanziamenti a medio-lungo termine garantiti da Sace, allo scopo di finanziare i loro investimenti.

Parte integrante e fondamentale dell'accordo con i buyer esteri è l'impegno a valutare forniture Made in Italy per l'attuazione dei loro piani di investimenti. Un impegno facilitato da una serie di incontri di business matching tra le Pmi italiane interessate ad accreditarsi come fornitori ed i procurement team delle controparti estere beneficiarie delle linee di finanziamento, organizzati da Sace in collaborazione con le associazioni di impresa e gli organismi del sistema Paese presenti nelle geografie di riferimento.

Grazie alla Push Strategy, Sace ha garantito 7 miliardi di euro di finanziamenti e organizzato, in Italia e all'estero, 150 incontri di business matching, coinvolgendo oltre 5.500 imprese italiane, la maggior parte delle quali Pmi.

La Push Strategy fa leva sull'esperienza maturata da Sace in quarantacinque anni di attività sui mercati internazionali, rafforzata dalla presenza stabile del gruppo nei Paesi più strategici per l'export del Made in Italy. La rete internazionale di Sace, con 13 uffici nei 5 continenti (Città del Messico, San Paolo, Bogotá, Il Cairo, Dubai, Riad, Johannesburg, Istanbul, Mumbai, Belgrado, Ho Chi Minh, Hong Kong, Shanghai), è infatti un elemento chiave per il successo della Push Strategy, che mette a sistema i rapporti consolidati e strategici in essere con istituzioni e controparti locali per fare da apripista all'export italiano nei mercati ad alto potenziale per il Made in Italy.



Ad Sace Alessandra Ricci

©RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1997 - T.1997



Superficie 34 %

LE NOVITÀ DELLA MANOVRA

01948 **IL DOCUMENTO INVIATO A BRUXELLES** 01948

Tagli per 10 miliardi, sette solo nel 2026

Nei conti inviati alla Ue 10 miliardi di tagli di spesa, 7 solo nel 2026

Dpb. L'impennata negli effetti della spending review serve a blindare la discesa del deficit al 2,9%. Nel 2024 altri 1,2 miliardi dalle pensioni

Gianni Trovati

ROMA

I metaforici «schiaffoni» che nel racconto del ministro dell'Economia Giorgetti sono stati assestati ai ministri per far quadrare i conti del prossimo anno con una spending review vicina ai due miliardi di euro sono solo il prologo di una lotta ben più serrata che si prospetta per i prossimi anni. E che prevede di raccogliere dalla rimodulazione della spesa 10 miliardi, per il 70% concentrati però nel 2026 come mostrano le tabelle del Documento programmatico di bilancio (Dpb) inviato alla Commissione Ue.

Il calendario non è casuale. Perché sull'ultimo anno coperto dalla legge di bilancio esaminata almeno nel suo impianto generale dal consiglio dei ministri di lunedì si concentra l'aggiustamento dei conti rinviato nel 2024 e 2025 nel nome della politica espansiva giudicata necessaria a contrastare la frenata della crescita. Solo in quell'anno il deficit scenderebbe sotto la soglia del 3% del Pil, atterrando al 2,9%, grazie a una restrizione fiscale chiamata a portare il saldo primario, quello che si calcola al netto del pagamento degli interessi, all'1,7% del Pil. In pratica, per rispettare il percorso mandato ora all'esame di Bruxelles, il bilancio pubblico dovrebbe cumulare nel 2026 un risparmio da 39 miliardi. E la spending dovrebbe appunto portare in dote 7 miliardi di euro.

Per misurare l'ambizione di questo obiettivo basta un rapido confronto con i dati di quest'anno, in cui alla rimodulazione della spesa sono

attribuiti 800 milioni, cioè poco più di un nono della cifra messa in calendario per il 2026: anno solo apparentemente lontano, perché l'esame comunitario, e soprattutto quello dei mercati, si svolgeranno in queste settimane.

Quella che si configura nelle tabelle è insomma una sorta di clausola di salvaguardia giocata questa volta nella colonna delle spese, dopo i lunghi anni delle clausole fondate sulle entrate Iva e superate solo con il «liberi tutti» dell'extradeficit pandemico. L'impennata nei risultati della spending review servirebbe in quest'ottica a chiudere il percorso di riduzione progressiva del deficit, che nel programma attuale si basa anche sulla mancata replica di taglio al cuneo fiscale per 9,9 miliardi e riduzioni Irpef per 4,2 miliardi al momento previste solo per il 2024 (alla voce «riforma fiscale» nel 2026 sono attribuiti 2,2 miliardi di miglioramento del saldo, evidentemente attraverso maggiori entrate).

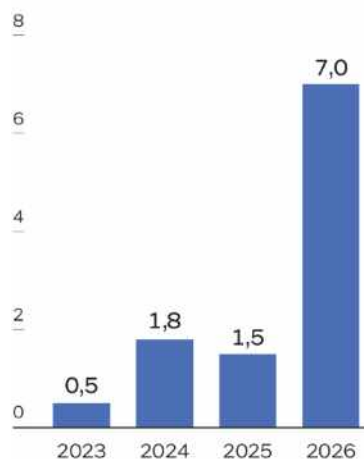
Il sentiero della politica economica italiana, assicura del resto il Governo nel Dpb, «continuerà ad essere orientata a principi di prudenza, cercando il giusto equilibrio tra l'obiettivo di fornire il sostegno necessario all'economia nell'immediato attraverso misure mirate, e quello di assicurare sia il rientro del deficit al di sotto della soglia del 3% del Pil». Per imboccare questo sentiero, la radiografia del Dpb conferma gli sforzi previsti per il prossimo anno, quando alla spending review vengono attribuiti 1,9 miliardi. L'altra voce chiamata a

spingere nella stessa direzione sono le «misure in materia pensionistica», a cui è attribuito un miglioramento del saldo per 2,7 miliardi; su questa cifra pesa però anche l'anticipo dei conguagli a fine 2023 operato per decreto, per cui quella che si profila è una stretta aggiuntiva vicina agli 1,2 miliardi, concentrata presumibilmente sulle rivalutazioni. Dalle tabelle del Dpb emerge anche l'entità dei fondi per l'Ucraina: nel 2024 il contatore registra 320 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sempre più spending

Gli obiettivi di bilancio assegnati alla rimodulazione della spesa nel Dpb. Valori in miliardi



140,1%

RAPPORTO DEBITO-PIL NEL 2024

Perdere alcuni decimali di Pil avrebbe effetti sulla riduzione del debito, indicato dal Governo in calo di un solo decimale dal 140,2% al 140,1 del 2024



Politica 2.0

01948 **Le domande** 01948

su una manovra che incrocia il voto europeo

di Lina
Palmerini

Ma si può dire che quella del Governo sia una manovra elettorale? Certamente l'opposizione temeva di doversi confrontare con una legge di bilancio fatta per girare il vento della campagna per le europee ma c'è qualche dubbio che andrà così. Innanzitutto, perché la scommessa fiscale - che è il succo politico - potrebbe non avere l'appeal sperato. In effetti, il taglio del cuneo è ormai dato per acquisito dagli italiani che lo ricevono visto che è in vigore da luglio. Non ci sarà quindi una sorpresa nelle buste paga che, come si sa, riscalda il clima pre-voto. Forse Meloni avrebbe dovuto fare come Renzi che presentò il bonus 80 euro giusto a ridosso delle urne 2014 arrivando a quel 40% di consensi.

Insomma, ci si chiede se la premier - nonostante la sua abilità politica - non abbia sbagliato la tempistica di questo provvedimento approvandolo troppo in anticipo. Una fretta, però, che ha avuto le sue ragioni. E infatti, quando fu deciso il taglio, il primo maggio, la maggioranza era incalzata dall'opposizione che, compatta, aveva iniziato la battaglia per il salario minimo. Fu quindi per rispondere a una iniziativa - evidentemente ritenuta efficace - che Meloni decise di premere l'acceleratore.

C'è poi l'accorpamento delle aliquote Irpef fino a 28mila

euro ma gli importi sono davvero leggeri, si parla di 260 euro all'anno come vantaggio massimo. E soprattutto chi sta sopra la soglia di 50mila euro - siamo ancora nel ceto medio - si vedrà azzerare i benefici. Il dubbio, quindi, è se l'avvio della riforma fiscale sarà o no percepito. Anche perché questi importi vanno messi in relazione con l'inflazione che, ancora settembre, era oltre l'8% per i beni alimentari.

La domanda è se allora quei 15 miliardi (circa) che sorreggono finanziariamente la scommessa del Governo, non siano un azzardo. Non solo politico ma dal punto di vista dei conti per il fatto di essere tutti in deficit. Tra l'altro, anche questa volta, come sul salario minimo, inizia già la battaglia sulla sanità, un tema che sta diventando il vero assillo degli italiani sia per la qualità del servizio che per l'aumento dei costi e per la frequente necessità di rivolgersi ai privati. Anche su questo fronte sembra che l'opposizione abbia colto l'opportunità di fare una iniziativa comune, come testimonia la riunione di ieri per preparare gli emendamenti. E, dalla reazione di Meloni, si capisce che è un nervo scoperto. La premier replica che la sinistra dice falsità rivendicando importi sostanziosi sul dossier sanitario ma sarà il giudizio popolare a dire se saranno sufficienti.



© RIPRODUZIONE RISERVATA



ONLINE
«Politica 2.0
Economia & Società»
di Lina Palmerini



L'intervista. Elena Bonetti (Azione-Per). L'ex ministra: un errore il finanziamento in deficit e non strutturale del taglio del cuneo in assenza di misure per la crescita

«Sperimentazione sul salario minimo, rafforzare i contratti di secondo livello»

RIFORMISTI
«La costruzione di una casa comune di riformisti e popolari europeisti va avanti nonostante le note divisioni»
Emilia Patta

«Il problema dei salari troppo bassi esiste e il Paese ha bisogno di una risposta integrata: salario minimo legale come proposto dalle opposizioni e insieme il rafforzamento del welfare aziendale e della contrattazione di secondo livello. Vero che i saggi del Cnel, a maggioranza, hanno escluso lo strumento del salario minimo legale per puntare tutto sull'estensione della contrattazione collettiva. Ma il governo non può rilanciare semplicemente la palla in tribuna. Perché dire che "il salario minimo non è lo strumento giusto" non serve a nulla». Nel giorno in cui la proposta di legge delle opposizioni per l'introduzione di un salario minimo legale di 9 euro approda in Aula alla Camera, la deputata ed ex ministra della Famiglia Elena Bonetti - che ha recentemente lasciato Iv di Matteo Renzi per avvicinarsi ad Azione di Carlo Calenda e che insieme ad Ettore Rosato ha fondato l'associazione Popolari europeisti riformatori (Per) - invita il governo a lavorare ancora ad una soluzione condivisa.

Onorevole Bonetti, il Cnel la sua sentenza l'ha emessa: il salario minimo non è lo strumento giusto,

bisogna rafforzare la contrattazione collettiva...

Da quello stesso documento del Cnel emergono delle verità incontestabili e che non possono essere trascurate. Nel nostro Paese ci sono lavoratori che sono sì coperti da contrattazione, ma di bassa qualità, e ci sono più della metà dei contratti non rinnovati. Ci sono inoltre procedure negli appalti anche pubblici che non tutelano un minimo salariale adeguato. E ci sono discriminazioni di settori, territoriali e di categorie, soprattutto per giovani e donne. Salari che se non integrati con welfare e contrattazione di secondo livello non arrivano ai 9 euro orari e discriminazioni salariali di genere che la contrattazione non risolve, come ha messo in evidenza un recente rapporto della Fim-Cisl. In aziende con la sola contrattazione nazionale la differenza del superminimo tra uomini e donne arriva anche al 40%. Allora, siccome questi sono dati di realtà, compito del governo è trovare la risposta.

Qual è la risposta, dunque?

Il salario minimo che abbiamo proposto è un pezzo della risposta, non sufficiente ma certamente necessario soprattutto per tutte le fasce di lavoro debole e povero che lo stesso Cnel ha elencato. L'Ocse ha dimostrato come nei Paesi in cui c'è un salario minimo legale il lavoro è più resiliente rispetto alle dinamiche inflattive. Servono poi altre misure, come accennato prima: defiscalizzazioni, incentivi alla contrattazione di secondo livello, partecipazione dei lavoratori agli utili

e anche maggiori controlli da parte dell'ispettorato del lavoro così come regole adeguate per gli appalti. Ma in ogni caso non si può eludere il problema del salario minimo. Lo hanno richiamato, in un documento di minoranza, anche cinque esperti del Cnel nominati dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella proponendo di introdurlo almeno in via sperimentale per alcune categorie come donne e giovani. Quello che gli altri Paesi hanno dimostrato è che il salario minimo non indebolisce la contrattazione.

Il suo giudizio sulla legge di bilancio appena approvata.

Finanziare in deficit il taglio di tasse, e per di più non in maniera strutturale, resta la maggiore criticità perché produce debito in assenza di misure per la crescita. Non ci sono risorse sufficienti per la sanità. Ad ogni modo occorre attendere il testo: per le famiglie il governo si muove in continuità con il Family Act introdotto dal governo Draghi, ma i finanziamenti devono essere strutturali. C'è poi il nodo della decontribuzione per le mamme, da cui sembrano escluse partite Iva e libere professioni. Aumentare, come abbiamo previsto noi, l'assegno unico se le mamme lavorano è più efficace. Lo ha certificato uno studio di Bankitalia.

Che cosa farà Bonetti da grande? Si candiderà alle europee con Azione?

Nel mio futuro c'è la battaglia per la costruzione di una casa comune di riformisti e popolari europeisti come avevamo promesso alle elezioni politiche: il progetto va avanti nonostante le note divisioni. Le candidature vengono dopo il progetto politico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Con Calenda.

L'ex ministra per le Pari opportunità e la Famiglia Elena Bonetti ha recentemente lasciato Italia Viva (Renzi) per Azione



Fondo pmi, beni acquisiti alla scadenza del leasing

In assenza dell'obbligo contrattuale di acquistare il bene alla scadenza della durata del leasing, il locatario (impresa o professionista) che intende fare ricorso alle garanzie del Fondo pmi, deve esercitare anticipatamente l'opzione di acquisto prevista dal contratto stesso. È quanto prevede il decreto due agosto 203 del ministero delle imprese e del made in Italy con cui sono state approvate alcune modifiche ed integrazioni alle disposizioni operative del Fondo, entrate in vigore il 13 ottobre 2023. Modificato, inoltre, l'importo massimo garantito per le imprese in fase di avviamento. Come precisato dal **Mediocredito centrale**, gestore dello strumento, nella circolare n. 19 del 13 ottobre 2023 il provvedimento ministeriale recante le nuove disposizioni si è reso necessario al fine di recepire gli emendamenti al regolamento Ue n. 651/2014.

In deroga anche alle nuove disposizioni operative, rimane tuttavia in vigore fino al 31 dicembre 2023 la disciplina transitoria del fondo prevista dalla legge di bilancio 2022 per il contrasto agli effetti della crisi Russia-Ucraina. Questa, in via straordinaria, stabilisce l'ammissibilità alla garanzia delle imprese, senza valutazione del merito di credito, e la copertura all'80% o al 60% per tutte le operazioni ammesse.

Nel decreto Mimit, in particolare, con riferimento ai costi ammissibili delle operazioni di leasing di beni materiali, è stato specificato che, qualora il contratto non contenga l'obbligo per il soggetto beneficiario finale di acquistare il bene alla scadenza della durata del leasing, lo stesso debba esercitare anticipatamente, al momento della stipula del contratto, l'opzione di acquisto prevista dal contratto medesimo (impegno che può essere assunto attraverso un'appendice contrattuale parte integrante del contratto). Per quanto riguarda le imprese in fase di avviamento, il decreto ministeriale prevede che la garanzia venga concessa per un importo massimo per operazioni di:

- a) 2,5 milioni di euro fino a 6 anni;
- b) 2,357 milioni di euro fino a 7 anni;
- c) 2,062 milioni di euro fino a 8 anni;
- d) 1,833 milioni di euro fino a 9 anni;
- e) 1,65 milioni di euro fino a 10 anni.

Bruno Pagamici

© Riproduzione riservata



I CONTRIBUTI DELLA POLITICA AGRICOLA COMUNITARIA

Prima manovra per l'agricoltura: anticipi Pac per 2,4 mld ma il problema resta l'inflazione

Ismea promuove le filiere agroalimentari: non ci sono stati fenomeni speculativi su larga scala a carico di nessuna delle fasi

di ANNA MARIA CAPPARELLI

Per l'agricoltura una "prima manovra" c'è stata. Si tratta degli anticipi dei contributi della Politica agricola comunitaria, un tesoretto di quasi 2,4 miliardi di euro già arrivati nelle casse di 722mila aziende ed entro fine giugno si dovrebbe toccare quota 7 miliardi.

In attesa di verificare tra le pieghe della legge di Bilancio, appena approvata dal Governo, se ci sarà qualche altra misura importante per il settore, questa prima iniezione di liquidità consente agli agricoltori, particolarmente tartassati dall'impatto della guerra in Ucraina (e ora a rischio con il conflitto in medio Oriente di un ulteriore aumento dei costi al traino delle bollette energetiche), di andare avanti e programmare l'attività dei prossimi mesi. Gli anticipi Pac non sono una novità assoluta, ma in genere arrivavano a destinazione con forte ritardo, la cosa nuova oltre alla celerità è che accanto agli aiuti diretti è scattato l'anticipo per gli aiuti dello Sviluppo rurale, il secondo pilastro della Pac, cofinanziato dallo Stato e dalle Regioni e finalizzato a sostenere investimenti, innovazione e giovani.

I soldi (1,7 miliardi per il sostegno al reddito e 700 milioni per lo sviluppo rurale) per 1,4 miliardi vengono erogati da Agea, il resto dagli Organismi pagatori delle diverse regioni. Le risorse sono finalizzate a sostenere il reddito degli agricoltori, dei giovani, a promuovere pratiche agricole sostenibili con gli eco-schemi introdotti dalla nuova riforma per garantire la massima tutela dell'ambiente, a favorire la biodiversità e il benessere degli animali e con gli aiuti cosiddetti accoppiati a premiare particolari coltivazioni come frumento duro, soia, riso, pomodoro da trasformazione, barbabietola da zucchero, semi oleosi, agrumi, olio di oliva e piante

proteiche. "Una boccata di ossigeno per 722mila imprese agricole - ha commentato il presidente di Coldiretti, Ettore Prandini - costrette ad affrontare una pesante crisi di liquidità determinata dall'aumento dei tassi di interesse e dalle difficoltà causate dal maltempo e dai mercati sconvolti dalle guerre". Nell'ultimo anno infatti i costi nel settore agricolo hanno subito un aumento del 31 per cento.

Al tesoretto Pac si aggiungono gli interventi della legge di Bilancio che puntano a sostenere i redditi e i consumi. Oltre alle misure in favore delle famiglie che coinvolgono anche quelle che vivono nelle aree rurali e alla card per acquisti alimentari, ci sono i sostegni ai pensionati. Per le pensioni più basse, nelle quali rientrano i coltivatori, nel 2024 scatta infatti la rimodulazione del meccanismo di indicizzazione all'inflazione. Inoltre grazie alle nuove aliquote Irpef ci saranno benefici fino a 1.279 euro per redditi da pensione intorno a 28mila euro. In questo modo si sosterrà il potere d'acquisto eroso dal caro prezzi. Interventi che possono coinvolgere anche l'agroalimentare sono poi il credito d'imposta per l'acquisizione di beni strumentali destinati alle imprese del Mezzogiorno (1,8 miliardi nel 2024) e le risorse per i contratti di sviluppo e per la nuova Sabatini (300 milioni). Quest'ultima è una misura particolarmente gettonata dagli agricoltori che possono ottenere agevolazioni creditizie per l'acquisto o il leasing di macchinari, impianti e attrezzature. L'agevolazione è riservata alle micro, piccole e medie imprese. Slitta poi l'entrata in vigore della plastic e sugar tax. Due tasse contrastate dall'agricoltura perché, come ha spiegato Coldiretti, rischiano di avere un effetto valanga sui prezzi finali dei prodotti alimentari proprio in una fase delicatissima per l'inflazione che, nonostante i segnali di raffredda-

mento, confermati dall'ultimo report dell'Istat, potrebbe rialzare la testa per la ripresa della corsa dei beni energetici. L'obiettivo di ridurre la plastica, secondo Coldiretti e Filiera Italia, va perseguito, ma con incentivi che premino lo sviluppo di prodotti alternativi. Anche gli investimenti nelle infrastrutture, dal Ponte sullo Stretto ad altre opere a vantaggio delle regioni, possono agevolare i trasporti di merci agricole che oggi hanno necessità di diventare più competitive avvicinandosi ai mercati europei.

Non ci sono le solite "mancette". Almeno finora. D'altra parte alla vigilia del via libera alla Legge di Bilancio la premier Giorgia Meloni aveva avvertito che con poche risorse bisognava concentrarle su obiettivi importanti.

A questo proposito il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, Francesco Lollobrigida ha detto: "Noi dobbiamo essere sempre consapevoli e programmatici di quelle che sono le dotazioni, un buon governo e un governo serio deve utilizzare al meglio le risorse, evitare debiti e chiedere a tutti di eliminare gli sprechi. Uno sforzo in questo senso il nostro ministero lo fa dal primo giorno ed è efficientare".

Il problema però è di non ricadere nel corto circuito dell'inflazione stellare che mette in ginocchio i consumatori, ma contestualmente distrugge le imprese agricole. Il rischio arriva dalle guerre (la nuova si sta già facendo sentire sul fronte del petrolio e del gas) che creano, tra i tanti guasti, an-



Superficie 65 %

che terreno facile per le speculazioni. Ieri però un rapporto presentato da Ismea ha assolto le filiere italiane. L'Istituto ha ribadito che l'agroalimentare è stato tra i settori più colpiti e uno dei principali centri di trasmissione degli aumenti dei prezzi, ma i rialzi dei listini dei prodotti alimentari sono stati inferiori rispetto alla media Ue e a Germania e Spagna. Nonostante i prezzi del cibo siano schizzati nel 2022 raggiungendo una crescita dell'8,1%, nella Ue la media è stata del +10,2%, +9% nell'Eurozona. Più virtuosa solo la Francia che, grazie al suo maggior grado di autosufficienza, sia alimentare che energetica, si è fermata al 6 per cento. E anche nella prima metà di quest'anno quando, nonostante il rallentamento dei beni energetici, gli alimentari non si sono fermati con il picco del +12% a marzo, la dinamica è stata comunque inferiore all'Unione europea. In Italia però - ha rilevato lo studio Ismea - il reddito pro-capite resta inferiore alla media Ue, con un divario che si è progressivamente ampliato nell'ultimo decennio. Inflazione e redditi bassi hanno perciò avuto un effetto devastante sul potere di acquisto delle famiglie e sui loro risparmi. E il risultato è stato un taglio della spesa alimentare che si è ridotta in quantità del 3,7% a fronte di un aumento del 5% degli scontrini. Nonostante questa situazione difficile e complessa l'analisi dell'Ismea non ha rilevato "fenomeni speculativi su larga scala a carico di nessuna delle fasi. La filiera è stata in grado di mantenere sotto controllo le variazioni dei prezzi, rallentando e diluendo nel tempo gli incrementi a valle".

Una speranza in più che il patto anti inflazione possa centrare l'obiettivo.



Il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, Francesco Lollobrigida

L'ECONOMIA
CIVILE

01948

Le Pmi e i silenzi
sulla sostenibilità

Solaini nel dorso allegato

AMBIENTE

Greenhushing,
quei colpevoli silenzi
sulle strategie
di sostenibilità

Tra le imprese si fa spazio l'abitudine a tacere sugli obiettivi green quando raggiungerli diventa più difficile del previsto

Perché molte aziende che iniziano un percorso di sostenibilità non comunicano i propri risultati e anzi li nascondono? Quali conseguenze provoca questa mancanza di comunicazione all'azienda stessa e nel contrasto al cambiamento climatico?

La tendenza a celare le proprie strategie su sostenibilità e ambiente è chiamata *greenhushing* (*hush* significa silenziare) ed è un fenomeno in aumento tra le grandi aziende americane, che spesso scelgono il silenzio nel tentativo di evitare controlli e accuse di *greenwashing*. Sono strette in una morsa. Da un lato gli attivisti di orientamento liberal-progressista hanno citato in giudizio le grandi imprese per aver fatto troppo poco per combattere l'aumento delle temperature globali, dall'altro i legislatori conservatori hanno boicottato le aziende che tengono conto dei rischi climatici e delle preoccupazioni sociali nelle loro decisioni di investimento. Non molto tempo fa le aziende guadagnavano punti attirando l'attenzione sui propri

obiettivi di sostenibilità: negli Stati Uniti, persino, chi opera nel settore della vendita di combustibili fossili - come BP e Shell - prometteva di ridurre le proprie emissioni. Amazon aveva nominato l'iconico centro sportivo di Seattle "Climate Pledge Arena" in modo che né gli appassionati di hockey né quelli di basket potessero ignorare la promessa dell'azienda di azzerare le proprie emissioni entro il 2040. In altre parole, le società private che controllano migliaia di miliardi di dollari in *asset* potevano dar prova di volersi e potersi muovere più velocemente dei governi per rallentare l'impatto sul cambiamento climatico. Andando così incontro alle esigenze di tutti quelli che hanno a cuore il cambiamento climatico: per l'88% dei giovani europei quello è il problema prioritario del nostro futuro.

Dallo scorso autunno, però, centinaia di aziende hanno iniziato a tacere sui temi green, scegliendo il *greenhushing*, ossia l'opposto della pratica più nota chiamata *greenwashing*, in cui le aziende esagerano la propria sostenibilità nel tentativo di rivolgersi a consumatori attenti all'ambiente. Questo aumento del silenzio sulle politiche ambientali, sociali e di governance (Esg) riflette la paura che molti dirigenti aziendali affrontano quando valutano se parlare apertamente del cambiamento climatico che viene affrontato sempre più non come un tema scientifico, quale è, bensì come un tema politico e divisivo. Piuttosto

che rischiare sanzioni o scontrarsi con la diffidenza dei consumatori, molte aziende preferiscono non comunicare il proprio impegno e i propri progressi nelle policy ambientali e di sostenibilità. Secondo uno dei pochi studi sul fenomeno del *greenhushing* a livello mondiale - realizzato da South Pole, società svizzera di consulenza sul clima e di compensazione delle emissioni di carbonio -, un'azienda su quattro aveva pianificato di diventare verde, ma poi ha cambiato policy aziendale e ha taciuto sui propri impegni climatici. C'è persino chi ha smesso del tutto di utilizzare il termine "Esg" perché è diventato troppo politicizzato. «Non uso più la parola Esg perché è stata utilizzata ugualmente come arma dall'estrema sinistra, così come dall'estrema destra» ha spiegato il Ceo di BlackRock, colosso di investimenti a New York che fa parte della Net Zero Asset Managers Initiative, un consorzio di grandi società finanziarie che si sono impegnate a ridurre le emissioni nette entro il 2050.



Superficie 39 %

«Se sei un amministratore delegato con tutte le giuste intenzioni, potresti essere denunciato da entrambe le parti: da sinistra e da destra», ha aggiunto Renat Heuberger, co-fondatore e Ceo di South Pole. «E questa non è una buona notizia, se si vuole convincere più amministratori delegati a impegnarsi attivamente sul clima». Tornando da questa parte dell'Atlantico, in Europa i regolatori hanno cercato di reprimere il greenwashing. Nello specifico la Commissione Europea ha previsto di richiedere alle aziende di comprovare le affermazioni sulla loro sostenibilità, comprese le affermazioni secondo cui i loro prodotti sono «climaticamente neutri» o «contenenti materiali riciclati». Sebbene intese a prevenire il greenwashing, queste nuove regole in vigore da gennaio 2024 che coinvolgeranno inizialmente circa 40mila tra grandi aziende e piccole e medie imprese, potrebbero in realtà incoraggiare proprio il greenhushing, soprattutto tra quelle aziende con sede negli Stati Uniti che vogliono vendere prodotti in Europa, ha spiegato Xavier Font, professore di marketing della sostenibilità all'Università del Surrey in Inghilterra. Alcune di queste aziende, secondo Font, avrebbero smesso di pubblicizzare la propria sostenibilità, proprio per paura di azioni legali nel Vecchio Continente per aver violato queste direttive europee.

«Quasi 40mila aziende sono obbligate a compiere una rendicontazione. Un bel passo avanti, certo, ma temo ancora non abbastanza. Nell'Unione Europea ci sono più di 20 milioni di aziende di cui più di 200mila con minimo 50 dipendenti e solo una parte di esse sarà soggetta all'obbligo» ha spiegato Alessandro Broglia, ingegnere aerospaziale che ha fondato Up2You, una startup greentech che accompagna le aziende in percorsi su misura verso la sostenibilità ambientale.

«C'è, però, un aspetto positivo: a oggi il numero di aziende che hanno realizzato un bilancio di sostenibilità è incredibilmente superiore a quello della platea definita dalla direttiva. Questo perché i benefici dell'affrontare la sostenibilità in azienda e le forze esterne (mercato, clienti, investitori, etc.) hanno avuto un effetto significativo».

Secondo Broglia, questo effetto a cascata è frequente e riguarda «le aziende stesse che per essere più competitive sul mercato iniziano a voler sapere che cosa fanno i loro fornitori, e dunque tutta la catena del valore che comprende marketing, vendite, distribuzione, fino alle attività di smaltimento viene sottoposta a verifica

in termini di sostenibilità e riduzione delle emissioni inquinanti». In questo scenario si colloca anche la direttiva sui Green Claim, al voto all'Europarlamento a novembre, che risponde all'esigenza di fornire informazioni affidabili e verificabili in relazione alle dichiarazioni ambientali delle aziende, per evitare ulteriori fenomeni di greenwashing. E uno dei nodi cruciali riguarda proprio la compensazione delle emissioni di carbonio che non potrà più essere usata per affermare che un prodotto ha un "impatto zero" sull'ambiente. «Se da una parte la riduzione è imprescindibile, allo stesso tempo senza attività di compensazione sarà praticamente impossibile raggiungere gli obiettivi fissati per il 2050 dall'Unione Europea» ha precisato ancora Broglia che con la sua Up2You sostiene le aziende in questo percorso di decarbonizzazione.

Tornando al greenhushing si è di fronte a una sorta di paradosso. Di fatto, viene nascosto quello che in realtà rappresenterebbe un punto di forza, per scongiurare eventuali sanzioni ed evitare di incoraggiare lo scetticismo dei consumatori. Il 60% del campione di consumatori interpellati - si legge in uno studio effettuato da Up2You - si è detto scettico riguardo i risultati di sostenibilità comunicati dalle aziende e ritiene che gli interessi aziendali siano solo legati al profitto.

Inoltre, l'80% si aspetta che siano le aziende stesse ad adottare soluzioni per la transizione green, mentre la metà degli intervistati pensa che sia il singolo individuo a fare la differenza nella lotta al cambiamento climatico.

Sebbene gli investimenti fatti dalle aziende per essere più sostenibili dal 2018 al 2020 siano cresciuti del 15%, raggiungendo un totale di 35.300 miliardi di dollari in tutto il mondo, secondo il "Global Strategic Insight 2022", solo il 19% di chi acquista prodotti di largo consumo sa nominare con certezza un brand impegnato concretamente nel miglioramento delle performance di sostenibilità. Dunque, la comunicazione resta il punto debole nella transizione ecologica, come messo in luce da Hermine Penz, professoressa di inglese all'Università di Graz in Austria. «Qualsiasi società trova nuove parole solo se c'è un nuovo fenomeno da descrivere», ha spiegato al *New York Times*. «È ormai impossibile essere ecologici? Le aziende devono nascondere le proprie attività? Le persone non sanno come parlare di quello che stanno facendo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pmi artigiane, robotica in divenire ma resta la carenza di personale

Il rapporto regionale

— Sostenibilità e competitività, da perseguire nei mutati contesti della robotica e intelligenza artificiale. Sono queste le parole chiave che scandiscono i nuovi scenari delle piccole e medie imprese lombarde, costrette però a fare i conti con una carenza endemica di personale con adeguate competenze.

Un dato è significativo: il 69% di imprese con dipendenti non riesce a trovare e trattenere manodopera e il disallineamento tra domanda e offerta di lavoro viene solo in parte attutito dall'evoluzione di robotica e tecnologie che supportano o sostituiscono alcune attività. Sono alcuni degli spunti che emergono dal Rapporto annuale sulla piccola e media impresa lombarda, curato da [Confartigianato](#) Lombardia e presentato ieri a Palazzo Pirelli a Milano, con la testimonianza di tante imprese al tavolo con Regione e [Confartigianato](#). All'elaborazione dello studio hanno partecipato anche due imprese bergamasche accompagnate dai vertici di [Confartigianato](#) Bergamo: la Val.ma.tech di Ponte Nossola, start up femminile che vende cobot (robot collaborativi) ed eccellenza nel digitale, e l'impresa edile Maker Costruzioni di Almè. Nel Rapporto «Impronte d'impresa, un'identità d'avanguardia per le piccole e medie imprese» si evidenzia che le imprese impiegano tempi superiori all'anno per formare neoassunti (71,6%). Nonostante ciò, la Lombardia si conferma motore della ripresa economica, con il +3,9% di recupero del Pil tra il 2019 e il 2023. La carenza di lavoratori preparati è la prima causa dell'incapacità delle imprese di far fronte alla crescita degli ordini, un campanello di allarme per il 46% delle aziende. Una Pmi su quattro ritiene che lo sviluppo dell'intelligenza artificiale potrà avere impatti rilevanti sull'attività della propria impresa e solo l'8,2% dichiara di conoscere nel dettaglio i reali

sviluppi del proprio settore. Il 10% delle imprese interpellate ha perso commesse con l'automazione dei processi produttivi. Il 72,8% delle Pmi tutela l'ambiente, l'8% ha avuto accesso a bandi e incentivi. Inoltre, il 56,8% delle Pmi che collaborano con le scuole ritengono gli stage strumenti che agevolano la ricerca di manodopera.

Due storie bergamasche

Jasmine Novo, amministratrice dell'impresa edile bergamasca Maker, evidenzia: «Lavoriamo in tutta Italia, ma manca manodopera ed è difficile reperirla, formarla e trattenerla. L'intelligenza artificiale per l'artigianato è un aspetto un po' critico, tuttavia il confronto è positivo. Noi ci stiamo espandendo, ma non troviamo personale per supportare questa crescita». Valentina Guerini, titolare di Val.ma.tech, aggiunge: «Offriamo un prodotto innovativo, bisogna superare lo scetticismo delle aziende. La maggiore difficoltà è reperire tecnici che svolgano servizi e installazioni ai clienti. Stiamo provando a rendere attrattiva la nostra azienda per i giovani, visto che i tecnici hanno stipendi elevati che non possiamo permetterci».

Per Giacinto Giambellini, presidente di [Confartigianato](#) Bergamo, «dobbiamo trasmettere ai giovani l'anima artigiana, il senso del saper fare e le abilità. È importante il raccordo con le scuole, tuttavia devono evolvere anche loro». L'assessore regionale allo Sviluppo economico, Guido Guidesi, ribadisce l'opportunità di «un'Authority che regolamenti l'intelligenza artificiale, ma resta fondamentale investire sul capitale umano». «L'approfondimento dei fenomeni nasce dall'indicazione delle imprese associate - sottolinea il presidente di [Confartigianato](#) Lombardia, [Eugenio Massetti](#) -, gruppi per ascoltare dalla viva voce degli imprenditori successi e ostacoli e comprendere le strategie. E la sostenibilità è un obiettivo strategico per le Pmi e gli artigiani».

Gerardo Fiorillo





Valentina Guerini (Val.ma.tech)



Jasmine Novo (Maker)