



www.bertolotto.com
numero verde 800.034.392

PROVINCIA OGGI

Agosto/Settembre 2010 N° 7



esi piscine
Piscine Virginia in Cemento Armato
Piscine Fuoriterza
Sauna, Spa, Benessere
Preventivi Gratuiti Personalizzati
NUMERO VERDE 800 688 600
www.esi-piscine.com

Anno XVII - euro 1,03 - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in abb. postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB/CN - Iscrizione Trib. di Cuneo - 14/6/1989 n. 426 - Editore C.S.I. Cuneo - Contiene I.R. Direttore Responsabile: FABRIZIO PEPINO

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| L'INSERTO "Attrazione di capitali e cervelli" LORENZO BORATTO A PAG. 9 | L'INTERVISTA Dardanello: "Attrarre capitali per uscire dalla crisi" SERVIZIO A PAG. 11 | ALLUVIONE '94 Importante azione di Confindustria per recuperare i fondi stanziati SERVIZIO PAG. 11 | TURISMO INVERNALE Inversione di tendenza nella destinazione dei fondi regionali SERVIZIO PAG. 11 | L'INIZIATIVA Confindustria e Michelin lanciano le "Giornate della sicurezza" PAOLO RAGAZZO A PAG. 15 |
|---|---|---|---|---|

IL "LIBRO BIANCO" SULLE RINNOVABILI

ENERGIA: CONFINDUSTRIA PROPONE

In 11 punti le richieste degli industriali cuneesi alla Provincia e alla Regione per risolvere i problemi della Granda

Gilberto Manfrin

Trecento pagine di ricerca, uno studio di tre anni per scattare una fotografia quanto più fedele possibile della situazione energetica della provincia di Cuneo, partendo dall'analisi dei dati, che evidenziano il deficit e le potenzialità del territorio, per arrivare a suggerire la strada maestra che le imprese cuneesi devono seguire per uscire dall'impasse dell'incapacità di sopperire al proprio fabbisogno energetico e di pagare l'energia troppo cara rispetto alle aziende delle province limitrofe. È stato presentato lo scorso 26 luglio, in una gremitissima sala Falco del Centro Incontri della Provincia e in occasione del convegno "Energie rinnovabili. Stato dell'arte, vincoli e opportunità in provincia di Cuneo. Presentazione dello studio sulle fonti rinnovabili del territorio", lo "Studio dei vincoli e delle opportunità offerte alle imprese della provincia di Cuneo dalla evoluzione delle tecnologie nel settore energetico", una sorta di "libro bianco" sulle fonti energetiche rinnovabili della Granda, realizzato su commissione di Confindustria Cuneo, anche grazie al contributo della Camera di commercio di Cuneo. Il convegno è entrato nel vivo con gli interventi dei professori Cesare Boffa (ordi-

ANTICONTRAFFAZIONE E MADE IN ITALY

"I prodotti alimentari italiani contraffatti esportati illegalmente valgono da soli il triplo dell'export di tutta l'industria alimentare nazionale. La contraffazione è un problema di responsabilità sociale delle imprese e di cultura del consumatore"



INTERVISTA DI BEPPE MALÒ A PAG. 5

IL MANAGER DELLA FERRERO FILIPPO FERRUA È STATO NOMINATO PRESIDENTE NAZIONALE DI FEDERALIMENTARE

nario di Fisica tecnica ambientale al Politecnico di Torino) e Paolo Coppa (ordinario di Fisica tecnica industriale all'Università "Tor Vergata" di Roma), artefici della ricerca, che hanno riassunto in sala, di fronte a numerosi imprenditori, il loro lavoro. È toccato al professor Boffa aprire il convegno con una relazione su "Vincoli ed opportunità offerte alle imprese della provincia di Cuneo dalla evoluzione delle tecnologie nel settore energetico". Un esame in cui è emerso come il sistema energetico della provincia di Cuneo presen-

ti, seppure in misura minore di quanto non accada altrove, aspetti critici che possono avere, nel prossimo futuro, conseguenze negative nello sviluppo del tessuto produttivo della zona se non attutate con i dovuti accorgimenti. Difficoltà che riguardano la disponibilità, il costo e la qualità dell'energia. Proprio sul costo dell'energia il professor Boffa ha ricordato quanto in Italia sia del 40% più caro rispetto al resto d'Europa, addirittura il 60% in più della Francia e tre volte in più della Svizzera. Ad incidere maggiormente sul costo

finale sarebbero le tasse, in particolare modo per l'utenza privata. Nel suo intervento il professore ha inoltre sottolineato che nei prossimi vent'anni in provincia di Cuneo occorrerà contenere l'emissione di Co2 attraverso forme rinnovabili, tra le quali può inserirsi anche il nucleare. Le altre forme sono le solite: il fotovoltaico, definito "un grande business", il solare termico, meno redditizio e più complicato, infine l'eolico, una fonte di energia di difficile attuazione e dal notevole impatto ambientale.

Segue a pag. 6

L'INTERVENTO

LA LOTTA AL MERCATO DEL FALSO

Adolfo Urso

Vice ministro allo Sviluppo economico

La contraffazione resta un allarmante fenomeno che colpisce in modo molto pesante e trasversale tutto il sistema economico nazionale, dalle imprese ai lavoratori, dall'amministrazione pubblica ai consumatori. Il mercato dei falsi costa all'economia tricolore oltre 18 miliardi di euro l'anno e sono circa 5 i miliardi sottratti al fisco, tra Iva, Ires e Irap con una perdita di almeno 130 mila posti di lavoro. Troppo per il nostro Paese, soprattutto in questa delicata congiuntura economica dove si scorgono i primi segnali di una timida uscita dalla crisi mondiale. La materia è, come noto, diffusa a livello europeo. Proprio per questo la mia proposta è che l'Unione si doti di un Commissario ad hoc con la delega alla proprietà intellettuale e industriale e quindi per la lotta alla contraffazione. È a Bruxelles dove si decide ed è lì che la nostra battaglia deve essere vinta con una politica d'intenti unica e condivisa. Così come è all'interno dell'Unione europea che si decide la sorte del Made in Italy, dell'obbligo dell'etichettatura sulle merci in ingresso nel mercato comunitario.

Segue a pag. 5



SERENO
OUTLET
PER RISPARMIARE CON CLASSE
CENTALLO (CN)
Tel. 0171 211.333
www.grupposereno.it

LE FIRME

A questo numero hanno collaborato: Franco Adriano, Pierpaolo Bindolo, Ilaria Blangetti, Lorenzo Boratto, Ilario Bruno, Fabrizio Gardinali, Paolo Gerbaldo, Beppe Malò, Gilberto Manfrin, Silvia Marra, Paolo Ragazzo, Claudia Stamerra, Adolfo Urso.



esi irrigazione
IRRIGAZIONE
PISCINE
FONTANE
E.S.I. Spa
NUMERO VERDE 800 688 600
www.irrigazione.biz



L'INTERVISTA: CARLO GUGLIELMI, PRES. COMM. LOTTA CONTRAFFAZIONE

LA NUOVA LEGGE NON AIUTA IL MADE IN ITALY



È una norma pessima e velleitaria che comporterà costi per le imprese e difficoltà di applicazione

CUNEO FUORI CUNEO

Miroglio e Mondo dalla Russia alla Spagna

Dal Made in Italy al Made in Cuneo. La cronaca delle ultime settimane porta in primo piano due delle tante eccellenze locali che tengono alto il nome di Cuneo - e di Alba - nel mondo. La multinazionale del tessile Miroglio, a Mosca, ha tagliato il nastro inaugurale del suo punto vendita monomarca numero 1.000. "Motivi", infatti, che con "Oltre" e "Fiorella Rubino" è uno dei tre brand "fast fashion" del gruppo, ha aperto nel centro commerciale Vegas. Da chi il nastro l'ha tagliato a chi, almeno metaforicamente, lo sta facendo tagliare. Stiamo parlando dei Campionati Europei di Atletica in corso di svolgimento a Barcellona, la cui pista di gara Mondotrack SX è stata prodotta e posata dal gruppo Mondo di Gallo d'Alba, che in Spagna è presente con la consociata Mondo Iberica. Intanto l'azienda albese sta lavorando alla realizzazione della pista sui cui si svolgeranno le Olimpiadi di Londra 2012.

Gilberto Manfrin

Carlo Guglielmi, presidente della Commissione Lotta alla Contraffazione di Confindustria, è stato tra i protagonisti della tavola rotonda al centro della giornata nazionale per la lotta alla contraffazione svoltasi il 7 luglio a Roma, che aveva come file rouge l'impatto della contraffazione su imprese, lavoro e consumatori.

Presidente, qual è l'impatto della contraffazione su imprese, lavoro e consumatori?

"La contraffazione 'non dorme mai' e non si può abbassare la guardia nei suoi confronti. Sono particolarmente soddisfatto che dalla giornata del 7 luglio sia uscito un messaggio chiaro di separazione tra le problematiche di difesa del Made in Italy e quelle di contrasto alla contraffazione: due aree entrambe importantissime ma nelle quali la confusione di temi e aree di intervento fatta finora è esiziale tanto per le sorti del Made in Italy quanto per il contenimento della contraffazione".

Quale l'attività e le strategie della Commissione da Lei presieduta sulla lotta alla contraffazione?

"I contraffattori non certificano i propri bilanci; tuttavia l'ultima stima Ocse (2009) rivaluta a oltre 250 miliardi di dollari quella precedente (2007) che ne dava 200 per la sola contraffazione transdoganale, escludendo esplicitamente non solo tutto il digitale ma soprattutto quanto prodotto e posto sul mercato all'interno di una stessa area doganale (Ue, Nafta, Mercosur ecc.). Quest'ultima voce potrebbe valere altrettanto e quindi raddoppiare il montante (Con gli stessi criteri in Italia potremmo essere tra i 3,5 e i 7 miliardi di euro). In una situazione in cui il commercio mondiale è in crisi e queste cifre invece crescono regolarmente (+25% fra le due misurazioni), la sola prospettiva di poterle riportare nei flussi legittimi dovrebbe darci il coraggio e la determinazione per affrontare il problema come priorità strategica cui destinare attenzione e risorse anche al di là di ogni considerazione etica. Ma è solo prendendo un'ottica etica che ci accorgiamo che la contraffazione in realtà si nutre e prospera attraverso una serie di complicità: non solo quelle esplicite fra i 'falsari' e le organizzazioni criminali che li sostengono lungo tutta la filiera patologica e segreta della contraffazione ma anche quelle omissive, preterintenzionali, occasionali o opportunistiche dettate da inadempienze, trascuratezze o ingordigia: sono soprattutto le complicità apparentemente meno immediate che possono inquinare ogni filiera legittima facendo sì che in qualche snodo quella patologica vi confluisca e rendendo particolarmente arduo il contrasto della contraffazione. E la diffusione di questo tipo di complicità purtroppo 'non ha nazionalità', nel senso che è fortemente e tradizionalmente presente anche nel nostro Paese. Le strategie della commissione da me presieduta si rivolgono innanzitutto a promuovere e rendere palese questo tipo di approccio, oltre a coadiuvare la pubblica amministrazione nella messa a punto di strumenti normativi e a sensibilizzare aziende e pubblica amministrazione sui temi emergenti come la contraffazione sul web".

zione in realtà si nutre e prospera attraverso una serie di complicità: non solo quelle esplicite fra i 'falsari' e le organizzazioni criminali che li sostengono lungo tutta la filiera patologica e segreta della contraffazione ma anche quelle omissive, preterintenzionali, occasionali o opportunistiche dettate da inadempienze, trascuratezze o ingordigia: sono soprattutto le complicità apparentemente meno immediate che possono inquinare ogni filiera legittima facendo sì che in qualche snodo quella patologica vi confluisca e rendendo particolarmente arduo il contrasto della contraffazione. E la diffusione di questo tipo di complicità purtroppo 'non ha nazionalità', nel senso che è fortemente e tradizionalmente presente anche nel nostro Paese. Le strategie della commissione da me presieduta si rivolgono innanzitutto a promuovere e rendere palese questo tipo di approccio, oltre a coadiuvare la pubblica amministrazione nella messa a punto di strumenti normativi e a sensibilizzare aziende e pubblica amministrazione sui temi emergenti come la contraffazione sul web".

Cosa pensa dei casi di contraffazione che hanno riguardato l'azienda dolciaria Ferrero?

"Come tutte le aziende innovative e di successo, Ferrero è stata spesso vittima di contraffazione; d'altra parte che senso avrebbe per i contraffattori 'copiare' prodotti che sul mercato non hanno grandi potenzialità? In questo senso, a Ferrero nell'alimentare succede esattamente quello che succede nella moda a Gucci, Louis Vuitton o Prada, nell'orologeria a Rolex, Cartier o Hermès... Un prodotto falso danneggia l'impresa che lo produce o lo commercializza legittimamente sempre e comunque e anche dove il contraffatto non è oggetto di sostituzione dell'autentico da parte del consumatore, come nel lusso, dove l'acquirente è per lo più consapevole di acquistare un falso, quella che viene colpita è l'immagine del bene stesso e la sua esclusività, che forse è l'asset più importante di ogni azienda di marca. Tanto sottrazioni di vendite quanto svilimento dell'immagine si riflettono economicamente e finanziariamente sulla bottom line in termini di minor va-

lore patrimoniale, minori profitti, minori risorse per innovare, minore occupazione diretta e nell'indotto a valle e a monte".

Che idea si è fatto del nuovo ddl sul Made in Italy che entrerà in vigore ad ottobre?

"Come già detto, le problematiche della difesa del made in Italy e quelle del contrasto alla contraffazione non si sovrappongono se non in una parte minima e irrilevante; confonderle, come fa la cosiddetta legge Reguzzoni Versace e - peggio - farlo in nome di un preteso interesse del consumatore è letale: oltre a tutto tale provvedimento di contraffazione non si occupa (e non la combatte, se non nelle dichiarazioni di intenti dei firmatari). Vorrei aggiungere che si tratta comunque di una legge pessima e velleitaria, che tra l'altro comporterà costi per le imprese e difficoltà di applicazione per la poca chiarezza con cui è formulata; inoltre essa contiene profili di incostituzionalità e soprattutto di grave incompatibilità con le norme europee che fanno prevedere uno stop dalla Commissione Europea, che personalmente mi auguro".

L'INTERVISTA: FILIPPO FERRUA, PRESIDENTE NAZIONALE FEDERALIMENTARE

LEGALE SOLO UN QUARTO DELL'EXPORT

Beppe Malò

Federalimentare, la Federazione italiana delle industrie alimentari aderenti a Confindustria, sarà guidata dal manager di Ferrero spa **Filippo Ferrua**. L'Assemblea ordinaria di Federalimentare, riunita a Roma, ha chiamato alla presidenza il dottor Ferrua lo scorso 24 giugno affidandogli un mandato quadriennale per il periodo 2011-2014 che si aprirà ufficialmente il prossimo primo gennaio. Già vice presidente dell'associazione nel triennio 1998-2000, Ferrua avvicenda il presidente uscente Giandomenico Auricchio.

Dott. Ferrua, qualità e sicurezza? Possono essere queste le parole chiave per interpretare il futuro del comparto alimentare?

“Qualità e sicurezza sono già le scelte chiave del presente. Un Paese come il nostro, che non si contraddistingue certo per produzioni di massa di commodity alimentari, non può che giocare su qualità, valore aggiunto e sicurezza nei propri standard produttivi”.

Quanti danni crea alle aziende italiane il fenomeno del “copia e incolla” applicato ai nostri prodotti più tradizionali?

“Le stime indicano in 60 miliardi di euro l'anno il livello di contraffazione illegale e di Italian Sounding nel mondo. È un livello pari a tre volte l'intero export dell'industria alimentare nazionale. Se la contraffazione diminuisse anche solo del 10% innescherebbe un aumento del 30% del nostro export di settore”.

Promozione e difesa dei nostri prodotti: stiamo lavorando bene o c'è spazio per nuove iniziative a vari livelli?

“Si sta lavorando abbastanza bene, ma le risorse pubbliche sono modeste e non devono essere disperse. Le iniziative per la promozione dell'agro-alimentare italiano ri-

mangono troppo spesso frammentate, tra Ice, cui dovrebbe essere assegnata la regia unitaria degli interventi, regioni, singoli enti e autorità locali. Occorre ‘fare sistema’, tanto più considerando che la frammentazione delle risorse si somma alla frammentazione produttiva, innescando così il risultato di una proiezione *export oriented* dell'industria alimentare italiana, malgrado le sue grandi potenzialità, inferiore a quella dei maggiori Paesi della Comunità”.

Comparto alimentare e responsabilità sociale delle aziende: quale spazio per questa voce di bilancio nelle aziende italiane del settore?

“La responsabilità sociale sta soprattutto nell'impegno in qualità

I prodotti alimentari italiani contraffatti esportati illegalmente sono il triplo di quelli originali

e sicurezza cui accennavo prima. E nell'impegno a fornire prodotti allineati alla ricerca per il migliore e più equilibrato livello nutrizionale e in investimenti in chiave di innovazione di processo e di prodotto. Ma, senza margini adeguati, non si va lontano: si amplificano i gap in termini di investimenti in ricerca e innovazione che contraddistinguono l'industria alimentare ita-

liana ed europea rispetto ad altri settori industriali e alle consorelle industrie alimentari di altre aree geografiche. Federalimentare sta facendo molto in questo campo, con vari progetti di ricerca e con la piattaforma ‘Food for life’. Ma è chiaro che alla base, al di là dei buoni spunti progettuali e delle risorse concesse dalla Comunità, gli investimenti del settore devono far conto su una solida salute economica, insomma sulla capacità di creare reddito sufficiente. E questa capacità si lega a equilibri, nei processi di formazione della catena del valore e nei rapporti fornitori-grande distribuzione, che attualmente sono carenti e che bisogna risanare al più presto nell'interesse ultimo del

consumatore. Voglio comunque ricordare a questo proposito che cominciano a comparire anche tra le aziende alimentari italiane i primi rapporti di sostenibilità sociale: penso a Ferrero che lo ha presentato a giugno, cui è seguito nei giorni scorsi anche quello di Barilla”.

Filiera dell'alimentare: siamo coerenti con le richieste di un sistema moderno o dovremo migliorare?

“I numeri parlano chiaro: il sistema distributivo è quello che, negli ultimi lustri, ha camminato di più in termini di organizzazione e di accorpamento. Esso ormai, con la sua massa critica, ha un potere contrattuale rilevante, non solo in Italia, ma in tutta Europa. Ne deriva che un tipo di produzione ‘qualitativa’ come quella italiana soffre in modo aggiuntivo di questo squilibrio”.

Prezzi: si dice che la filiera determina variazioni e sperequazioni. Quanto costa ai consumatori?

“I prezzi alimentari, specie quelli alla produzione, sono sempre stati calmieratori: hanno avuto, cioè, dinamiche costantemente inferiori all'inflazione con la sola eccezione di tre anni fa, per alcuni comparti, in conseguenza della crescita abnorme di alcune commodity agricole, come i cereali ed il latte. Ma è la classica eccezione che conferma la regola”.

Come garantire la competitività delle aziende di settore?

“Evitando che l'utile delle aziende raggiunga livelli ‘simbolici’ e insufficienti, come avviene troppo spesso, specie nella grande fascia delle Pmi, per la pressione di due fattori: la spesa *low cost* dei consumatori in un periodo difficile, e la pressione sui margini operata dalla grande distribuzione organizzata. E se il primo fattore ha caratteristiche congiunturali, anche se molto pesanti per la loro durata, il secondo potrebbe assumere caratteristiche strutturali se non interverranno rapidamente strumenti correttivi, a livello nazionale e comunitario”.

L'INTERVENTO

LA LOTTA AL MERCATO DEL FALSO

Segue da pag. 1

A settembre comincerà l'iter nel Parlamento Ue e, dopo l'approvazione nonostante le forti resistenze dei Paesi del nord Europa, convinceremo il Consiglio Ue ad approvarlo entro l'anno.

È indubbio che il nostro sistema legislativo sulla lotta alla contraffazione sia quello più avanzato in Europa assieme a quello francese, proprio perché abbiamo introdotto, già dal 2004, il principio che commette un reato non solo chi vende ma anche chi acquista un prodotto contraffatto. Serve tuttavia uno sforzo maggiore in tal senso dagli enti locali nell'applicazione della legge e nei controlli che restano ancora troppo blandi.

L'azione di contrasto alla contraffazione intrapresa a tutto tondo negli

ultimi anni comincia a far vedere i suoi effetti. Per quanto di specifica competenza del Ministero dello Sviluppo Economico, l'aver dato forma - primo tra i Paesi occidentali - ad una rete internazionale di antenne dedicate i “desk anticontraffazione” si è rivelato uno strumento innovativo, pieno di potenzialità che ha suscitato anche l'apprezzamento della Commissione europea.

Da qualche giorno, poi, è online il nuovo sito web - www.uibm.gov.it - della Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione-Ufficio Italiano Brevetti che consentirà un'adeguata informazione sulle misure per la lotta alla falsificazione dei prodotti e per la tutela della proprietà intellettuale. L'obiettivo del nuovo sito è quello di coinvolgere soprattutto i cittadini, in maniera concreta e diretta, sulle politiche, sulle iniziative finalizzate alla diffusione del consumo consapevole e sui rischi connessi al fenomeno del mercato del falso.

Attraverso la storica banca dati dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi l'utente del nuovo sito ha la possibilità di consultare un consistente archivio digitale che raccoglie le

informazioni relative alle domande brevettuali depositate presso le Camere di Commercio.

Puntiamo quindi a supportare le imprese nel tutelarsi all'estero ma anche a far comprendere che il fenomeno della contraffazione danneggia l'intero sistema Paese. La lotta al falso deve diventare una grande battaglia di tutto il Paese. Occorre perciò anche uno sforzo culturale per fare capire ai consumatori che chi compra, fosse solo una borsa falsa, alimenta la criminalità organizzata, l'immigrazione clandestina, lo sfruttamento del lavoro minorile.

L'obiettivo generale resta quello della promozione del Made in Italy a 360 gradi. Penso al progetto appena varato d'intesa con Unioncamere per assegnare il marchio di qualità solo ai ristoranti italiani nel mondo che davvero impiegano i prodotti Made in Italy (1.000 entro l'anno, 10.000 entro tre anni) così come al progetto di Confindustria “Stilnovo” per la creazione di mall commerciali dove promuovere la nostra produzione industriale.

Adolfo Urso

Vice ministro allo Sviluppo economico

Castello dei Solari
Ristorante

L'accoglienza con il tappeto rosso, le foto ricordo nel parco secolare, il ricco menù, il servizio floreale e musicale. Tutto è studiato nei minimi particolari per assistervi al meglio nel giorno più importante della Vostra vita.

E se fino a ieri solo nelle favole e nei film si poteva coronare la propria unione in un Castello, oggi da noi i sogni diventano realtà, perché è possibile sposarsi con cerimonia civile, alla presenza del sindaco della città.

“I sogni son desideri da Realizzare”

Novità Nozze Civili
Celebrate il vostro matrimonio civile nel Castello dei Solari il VERO matrimonio da favola!

Castello dei Solari Ristorante
12030 Villanova Solari (CN)
Tel. 0172.99365
Fax 0172.922914
info@castelldesolari.it
www.castelldesolari.it

OSPITALITÀ ITALIANA
QUALITÀ APPROVATA
Premio 2010