

InfoImpresa

Periodico dell'Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori MAGGIO 2017



IN VINO VERITAS

La bandiera del “made in Italy”
un modello di imprenditorialità



Unione Nazionale Sindacale
Imprenditori e Coltivatori

INTERNAZIONALIZZAZIONE
Parla Chiara Soldati
pag. 14

COWORKING E FABLAB
Il lavoro che avanza
pag. 23

ENASC
La trasferta in Australia
pag. 26



SEDI PROVINCIALI UNSIC SUL TERRITORIO NAZIONALE

ABRUZZO - Avezzano-AQ (Via C. Battisti, 46 - 67051 - Tel 0863-32277); Pollutri-CH (Via G. Marconi, 81 - 66020 - Tel 0873-902805); Pescara (Via Gobetti, 15/17 - 65100 - Tel 085-2058605); Teramo (Via Cerulli Irelli, 5 - 64100 - Tel 0861-250525).

BASILICATA - Senise-PZ (Via Madonna D'Anglona, 114 - 85038 - Tel 0973-584026).

CALABRIA - Caraffa di Catanzaro-CZ (Via Saati, 5 - 88050 - Tel 0961-772666); Corigliano Calabro-CS (Via Degli Ulivi, 29 - 87060 - Tel 0983-87500); Crotona (Via Panella, 182/A - 88900 - Tel 0962-955071); Laureana Borrello-RC (Via IV Novembre, 7 - 89023 - Tel 0966-991144); Reggio Calabria (Via del Gelsomino, 37 - 89128 - Tel 0965-810913); Rossano Scalo-CS (Via Nazionale, 11 - 87067 - Tel 0983-356119); Soriano Calabro-VV (Via Giardinieri, 1 - 89831 - Tel 0963-347810).

CAMPANIA - Avellino (Via Circumvallazione, 130 - 83100 - Tel 0825-679653); S.M. Cavoti-BN (Via Principessa Maria di Piemonte, 51 - 82029 - Tel 0824-984520); S. Felice a Cancelli-CE (Via Roma, 285 - 81027 - Tel 0823-751463); Giugliano in Campania-NA (Via A. Palumbo, 120 - 80014 - Tel 081-8947880); San Gregorio Magno-SA (Località Lavanghe, snc 84020 - Tel 0828-955613).

EMILIA-ROMAGNA - Modena (Via Mar Mediterraneo, 124 - 41112 - Tel 0522-1710809); San Giuseppe - Comacchio-FE (Via Imperiali, 1 - 44020 - Tel 0533-311110); Parma (Via Scarabelli Zunti, 15 - 43123 - Tel 0521-1715408); Russi-RA (Via G. Di Vittorio, 2 - 48026 - Tel 0544-62787); Reggio Emilia (Via Adua, 38/A - 42124 - Tel 0522-1712705); Rimini (Corso D'Agosto, 206 - 47900 - Tel 0541-56665).

FRIULI VENEZIA GIULIA - Gorizia (Via IX Agosto, 9 - 34170 - Tel 0481-33387); Pordenone (Viale della Libertà 2/A - 33170 - Tel 0434-20481); Trieste (Largo Don F. Bonifacio, 1 - 34125 - Tel 040-0641201); Cividale del Friuli-UD (Via Prepositura di Santo Stefano, 12 - 33043 - Tel 0432-730792).

LAZIO - Frosinone (Viale Mazzini, 69 - 03100 - Tel 0775-835063); Pontinia-LT (Viale Europa, 48 - 04014 - Tel 0773-868080); Rieti (Via Di Villa Mari, 11C - 02100 - Tel 0746-485241); Roma (Via A. B. Cairoli, 47/49 - 00145 - Tel 06-64521464).

LIGURIA - Genova (Via Dante Sturace, 15/R - 16151 - Tel 010-8595435); Imperia (Imperia Via Matteotti, 37 - 18100 - Tel 0183-650503); La Spezia (Via Redipuglia, 17 - 19124 - Tel 0187-460473).

LOMBARDIA - Bergamo (Via G. Battista Rubini, 11 - 24125 - Tel 035-0345985); Como (Piazza Perretta, 6 - 22100 - Tel 031- 264489); Colico-LC (Via Villatico, 1 - 23823 - Tel 0341-941346); Milano (Via Ponte Nuovo, 50 - 20128 - Tel 02-2565683); Mantova (Via Mazzini, 31 - 46100 - Tel 0376-224543); Varese (Via Spera della Chiesa, 10 - 21100 - Tel 0332-289548); Brugherio-MB (Via della Vittoria, 59/61 - 20047 - Tel 039-2848376); Sarezzo-BS (Via Repubblica, 52 - 25068 - Tel 030-291468).

MARCHE - Jesi-AN (Via Mura Occidentali, 25 - 60035 - Tel 0731-205236); Ascoli Piceno (Via Kennedy, 22 - 63100 - Tel 073-646561); Civitanova Marche-MC (Via Indipendenza, 64 - 62012 - Tel 073-3770111).

MOLISE - Campobasso (Via S. Antonio dei Lazzari, snc 86100 - Tel 0874-310225); Venafro-IS (Via Vanvitelli, 4 - 86079 Tel 0865- 900006).

PIEMONTE - Alessandria (Via Milano, 174 - 15121 - Tel 0131-262783); Nizza Monferrato-AT (Via Billiani, 29 - 14049 - Tel 0141-1098151); Biella-BI (Via Asmara, 15 - 13900 - Tel 015-8493429); Busca-CN (Piazza Marconi, 11 - 12022 - Tel 0171-946732); Novara (Str. Giralengo, 4 - 28100 - Tel 0321-472287); Torino (Via Belmonte, 5/B - 10155 - Tel 011-2478313); Domodossola-VB (Via Cadorna, 22 - 28845 - Tel 0324-482601); Vercelli (Via Ludovico Ariosto, 9 - 13100 - Tel 0161-217165).

PUGLIA - Bari (C.so Vittorio Emanuele, 180 - 70128 - Tel 080-5538087); Brindisi (Corso Garibaldi, 6 - 72100 - Tel 083 1667163); Pezze di Greco (Via Bertani, 8 - 72010 - Tel 080-4898593); Foggia (Via Gorizia 43/A - 71100 - Tel 0884-513231); Corsi-LE (Via Lo Ruma, 35 - 73020 - Tel 0836-433020); Taranto (Via F. Cavallotti, 116 - 74100 - Tel 099-4596547); Barletta (Via San Martino, 1 - 76121 - Tel 0883-884080).

SARDEGNA - Cagliari (Vico III Sant'Avendrace, 24 - 09122 - Tel 070-284490); Oliena-NU (Via Dante, 4 - 0825 - Tel 0784-287468); Alghero-SS (Via Mazzini, 90 - 07041 - Tel 079-950806); Oristano (Via Brancaleone Doria, 34 - 09170 - Tel 0873-302144).

SICILIA - Agrigento (Via A. De Gasperi, 8 - 92100 - Tel 0922-402958); Caltanissetta (Via Palmiro Togliatti, 3 - 93100 - Tel 0934-090271); Gela-CL (Via Emanuele Carfi, 31 - 93012 - Tel 0933-934398); Catania (Viale Mario Ravisardi, 281 - 95122 - Tel 095 5879191); Enna (Via S. Agata, 71 - 94100 - Tel 0935-22867); Messina (Via Industriale, 152 - 98123 - Tel 090-2402467); Cerda-PA (Via Strang, 20 - 90010 - Tel 091-8992696); Vittoria -RG (Via San Martino, 142 - Tel 0932-981386); Marsala-TP (Via Mazzini, 74 - 91025 - Tel 0923-949019); Siracusa (Via Po, 24 - 96100 - Tel 0931-65476).

TOSCANA - Arezzo (Piazza San Jacopo, 233 - 52100 Tel 0575-299733); Firenze (Via La Marmora, 26 - 50121 - Tel 0553-08642); Livorno (Via Luigi Russo, 24/26 - 57121 - Tel 0586-410641); Massa (Galleria Raffaello Sanzio, 26 - 54100 - Tel 0585-811463); Montemurlo-PO (Via Oste, 160 - 59013 - Tel 0574-073307); Chiusdino-SI (Via Roma, 25 - 53012 - Tel 0577-751142); Pisa (Corte San Domenico, 8 - 56125 - Tel 050-9913022); Pistoia (Via Storta, 3A - 51100 - Tel 0573-402051); Prato(PO) (Via Toscana, 6/B - 59100 - Tel 0574-620118).

TRENTINO - Trento (Via Malvasia, 101 - 38100 - Tel 0461-209737).

UMBRIA - Valfabbrica-PG (Via E. Fermi, 14 - 06029 - Tel 075-901247); Terni (Via Tre Venezie, 162 - 05100 - Tel 0744-062106).

VENETO - Belluno (Via dell'Agricoltura, 13 - 32100 - Tel 0437-930244); Padova (Via N. Tommaseo, 15 - 35131 - Tel 049-8755938); Castelmassa-RO (Via Cesare Battisti, 87 - 45035 -Tel 0425-81837); Nervesa della Battaglia-TV (Via Calmontera, 5 - 31040 - Tel 0422-779875); Vicenza (Viale Milano, 55 - 36100 - Tel 0444-325767); Verona (Via I. Fraccaroli, 10 - 37131 - Tel 045-8212805); Mirano-VE (Via dei Pensieri, 17 - 30035 - Tel 041-5701177).

4

EDITORIALE

Orgogliosi del vino italiano
(DOMENICO MAMONE) 4

6

PRIMO PIANO

Vino "miracoloso",
la leadership è italiana
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 6

Pallavicini: vino e arte,
efficacia promozionale
(GI. CA.) 11

Montecucco: siamo piccoli,
ma cresceremo...
(GI. CA.) 13

Soldati: "La forza dell'Italia?
Le identità territoriali..."
(GIAMPIERO CASTELLOTTI) 14

Piacenza: anche il vino celebra
la grande mostra sul Guercino
(GI.CA.) 16

Verdicchio di Matelica,
cinquantennale della Doc
(GI.CA.) 17

Il "vino perfetto" affidato
a genomica e post genomica?
(CHRISTIAN BATTISTONI) 18

Il vino è emozione,
parola di esperti
(SARA DI IACOVO) 20

Cantine Nicosia:
una tradizione d'eccellenza
(GIUSEPPE TETTO) 22

23

IMPRENDITORIA

Coworking e Fablab,
la nuova dimensione dell'impresa
(CHRISTIAN BATTISTONI) 23

24

FISCO

Tasse: quanto diamo,
quanto abbiamo in cambio
(LUCA CEFISI) 24

26

MONDO UNSIC

Enasc: visita in Australia
per incontrare i tanti italiani
(CHRISTIAN BATTISTONI) 26

L'Unsic all'estero:
la sede della Bulgaria
(DANIELA TORRESETTI) 28

Mamone su riforma partecipate
"Maglie ancora troppo larghe"
(GI. CA.) 29

Enuip: corsi
sull'autotrasporto merci
(ELISA SFASCIOTTI) 30

Avviso pubblico
"Torno Subito 2017"
(ELISA SFASCIOTTI) 32

Fondolavoro: la riunione
del consiglio di amministrazione
(C.P.) 34

INFOIMPRESA

Periodico
dell'Unione Nazionale
Sindacale Imprenditori e Coltivatori

Direttore responsabile

Domenico Mamone

Redazione

Giampiero Castellotti - Luca Cefisi - Sara Di Iacovo
Vittorio Piscopo - Fortunata Reggio - Giuseppe Tetto

Progetto grafico e Impaginazione

Fortunata Reggio

Sede legale e Redazione

Via Angelo Bargoni, 78 - 00153 Roma
Tel 06 58333803 - Fax 06 5817414
www.insic.it - ufficiocomunicazione@insic.it

Registr. Tribunale di Roma

N° 76/2003 del 5/03/2003

Orgogliosi del vino italiano

di DOMENICO MAMONE - presidente dell'UNISIC



Il tema del vino occupa gran parte di questo numero di "Infoimpresa". Una scelta influenzata non soltanto dal successo dell'ultima edizione del "Vinitaly" a Verona, ormai una delle principali manifestazioni settoriali al mondo, ma soprattutto da una realtà economica (e imprenditoriale) che pone l'Italia ai vertici mondiali. A prova di crisi.

Riteniamo, quindi, opportuno – attraverso la nostra rivista mensile - approfondire la conoscenza delle dinamiche di un comparto che, proprio per la sua netta antinomia rispetto ai tanti mali del nostro Paese, dovrebbe costituire un esempio per tutti. Con gli inevitabili ragionamenti sul suo futuro.

Iniziamo con un breve spaccato della situazione attuale del settore. La analizziamo in sintesi perché i servizi nel prosieguo del giornale sono più esaustivi.

Prendendo gli ultimi dati a disposizione, quelli di gennaio 2017, impressiona che sui primi dieci mercati di esportazione, ben nove registrino un'ulteriore crescita del prodotto italiano (in ordine di volumi: Usa, Germania, Regno Unito, Svizzera, Canada, Francia, Svezia, Giappone e Paesi Bassi). Si tratta di un andamento importante sia per i risultati economici sia per l'omogeneità del trend su scala mondiale. Soltanto in Danimarca, nazione al nono posto tra i nostri importatori, si registra una contrazione del mercato.

Il dato complessivo delle esportazioni è quindi esaltante: più 9 per cento, 359 milioni di euro aggiuntivi che portano il valore complessivo a cinque miliardi e 653 milioni di euro. Considerati gli scarsi 400 milioni per le importazioni, il surplus commerciale italiano è sui cinque miliardi e 300 milioni circa. Un risultato straordinario.

L'anno appena trascorso ha segnato, nel nostro Paese, anche il primato per produzione: con 52.5 milioni di ettolitri (mosti compresi) – dati Istat - siamo oltre dieci punti percentuali sopra alla media dell'ultimo decennio, in cui mai erano stati toccati i 50 milioni di ettolitri. Spiccano in particolare i risultati di ottimo auspicio del Veneto, del Friuli-Venezia Giulia e della Puglia.

Ancora un altro elemento positivo: nell'ultimo anno per valore sono cresciute tutte le tipologie, cioè vini imbottigliati (più 7,8 per cento), spumanti (11,8 per cento) e vini sfusi (più 15,3 per cento). Ciò garantisce la stabilità della ricca varietà dell'offerta italiana, che trova conferma nel valore della diversità e nel ricco assortimento delle proposte. Caratteristiche che hanno le proprie radici nelle decise differenze morfologiche, storiche e culturali dei nostri territori che, nell'insieme, assicurano un "unicum" di successo.

E il futuro? Proprio sulle capacità imprenditoriali degli operatori italiani si giocherà la sfida per mantenere e incrementare le eccellenze. I produttori che abbiamo sentito sono concordi nell'indicare la qualità, l'adeguamento tecnologico e la conquista dei nuovi mercati come sfide imprescindibili.

La qualità ha inizio nei campi e l'apporto delle nuove tecnologie, rispettando tradizioni e ambiente, potrà essere salutare nell'ottimizzare gli sforzi e accrescere i risultati. L'agricoltura di precisione, ad esempio, costituisce una strada obbligata. Altro passaggio indispensabile per un avvenire radioso per la viticoltura italiana è quello di una ricerca scientifica sensibile all'ambiente, anche perché i rischi dei mutamenti climatici non vanno dimenticati insieme all'esigenza di garantire al consumatore la salubrità della produzione enogastronomica.

Sul fronte della sostenibilità va registrata la straordinaria crescita dei vini biologici che, al di là delle mode, hanno insiti quegli interrogativi sul consumo delle risorse in agricoltura, in primis l'acqua, cercando di preservare la biodiversità e di consegnarla, insieme a prodotti genuini, alle future generazioni. Certo, si tratta di una nicchia, solo una famiglia su dieci in Italia acquista questo prodotto certificato: ma il dato è in costante crescita, così come quello della superficie

vitata biologica che ha oltrepassato i 72mila ettari. Attenzione poi alle nuove tecnologie, che significano principalmente internet, non soltanto come strumento per migliorare la produzione, ma anche per superare annosi ostacoli – ad esempio gli alti costi di spedizione o le lentezze burocratiche – e per incrementare le vendite. Nell'ultima edizione del "Vinitaly", chiusasi lo scorso 12 aprile, l'attenzione all'e-commerce, ad esempio, è stata massima. Il vino, emblema della millenaria vocazione e storia di un territorio e della concretezza esperienziale, si sposa sempre più con il mondo virtuale attraverso partnership con giovani start-up nazionali e con colossi multinazionali del commercio elettronico, incrementando i servizi e promuovendo accordi internazionali. L'obiettivo è proprio quello di rendere tutto più facile, dalla conquista dei consumatori e dei nuovi mercati alla possibilità di raggiungere senza ostacoli l'utente finale. Altro tema è la necessità, sempre più avvertita, di legare la conoscenza del vino a quella del territorio di produzione. Le "cantine aperte" sono così diventate delle location ideali per eventi artistici, musicali e culturali in genere. L'enoturismo è uno straordinario strumento, a disposizione di italiani e stranieri, che abbina la conoscenza dei luoghi più belli del nostro Paese con le realtà vitivinicole, alcune secolari e inserite in luoghi fantastici. Insomma, il nostro Paese, troppo spesso vituperato dagli stessi abitanti, su questo terreno può continuare ad eccellere a livello mondiale, tirando fuori le migliori virtù degli italiani più tenaci e operosi.



Tralci, vigneti e cantine in provincia di Grosseto

Vino "miracoloso", la leadership è italiana

Il surplus commerciale del vino "made in Italy" ha superato i 5,3 miliardi di euro. Il futuro? Qualità e promozione. Ma attenzione a Trump, Brexit, Cina, e-commerce...

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

Centoventottomila presenze da 142 nazioni. Tanti russi, brasiliani, cinesi e americani in più. E pure qualche africano. Aziende espositrici a quota 4.270, quattro per cento in più rispetto allo scorso anno. Poi 400 incontri, 250 degustazioni e un'infinità di eventi. Ancora numeri da primato per il "Vinitaly", la cui cinquantunesima edizione ha chiuso i battenti lo scorso 12 aprile a Verona. L'ennesimo bilancio positivo della fiera fa pendere con gli inebrianti dati dell'export italiano di vino: quota di mercato mondiale del 21 per cento - secondo esportatore nel pianeta - per un valore-record di oltre 5,6 miliardi di euro nel 2016 e una crescita del 4,3 per cento sull'anno precedente (il vino è il prodotto agroalimentare che registra il miglior saldo commerciale, con un surplus che supera i 5,3 miliardi). Da non dimenticare che soltanto la metà della produzione finisce all'estero, il resto viene consumato in Italia.

Le previsioni per il settore non sono meno esaltanti: l'outlook 2020 presentato da Ismea proprio alla kermesse veronese disegna per il prossimo quadriennio una cre-

scita sia della produzione (più 2,4 per cento), con l'Italia ancora al primo posto della classifica, sia dei consumi mondiali (più 4,3 per cento). L'Italia dovrebbe continuare a primeggiare anche nelle vendite per valore: aumento del 10 per cento nel prossimo quadriennio, meglio di Francia e Cile (più 6,1 per cento), Usa (più 4,3 per cento) e Spagna (più 3,6 per cento). Una volta tanto il Belpaese si fa onore e l'economia settoriale va a gonfie vele.

Riguardo al quadro geografico internazionale, il futuro è facilmente immaginabile: gli Stati Uniti - Trump permettendo - continueranno ad essere il primo mercato di riferimento per il nostro Paese. Qui è prevista un'ulteriore crescita del 5,7 per cento per il nettare tricolore. Tuttavia, come ricorda Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, "il vino italiano è polarizzato soprattutto sulla costa atlantica, mentre dobbiamo cominciare a ragionare sul cuore dell'America, in quelle aree centrali dove il nostro vino non è ancora così presente". Motivo? Negli States dove ci sono meno persone d'origine italiana c'è meno vino. Soltanto la pasta "Barilla" riesce a conquistare ogni angolo d'America.

C'è poi il resto del continente americano che va altrettanto bene, principalmente Canada e Messico.

Nel Paese nordamericano le vendite di vino italiano sono lievitate del 14,3 per cento negli ultimi quattro anni, una crescita tre volte maggiore rispetto al consumo medio mondiale. Tra i 35 milioni di canadesi, gli appassionati di vino italiano sono numerosi. E infatti il nostro Paese è terzo per importazioni, dopo Usa e Francia, mentre è secondo in Ontario, dove sono i vini bianchi a farla da padrone rispetto al dominio dei rossi in Québec, Alberta e British Columbia.

In Messico l'incremento annuo del consumo di vino è tra l'8 e il 10 per cento e circa 15 bottiglie su cento sono italiane, con lo spumante al top.

Il rovescio della medaglia, da non sottovalutare, è rappresentato dal cosiddetto italian sounding, cioè dal "made in Italy" taroccato. Certo, ciò dimostra che l'Italia è al top nel richiamo alla qualità, ma il danno che i falsi





prodotti tricolori apportano alla nostra economia è incalcolabile. Gli occhi dei nostri operatori, in un'ottica di diversificazione, saranno però puntati soprattutto su quelli a mandorla degli immaneabili cinesi (più 21,6 per cento per le importazioni di vino italiano). E su quelli dei russi (più 6,1 per cento). Non a caso le maggiori attenzioni, nelle atmosfere veronesi, sono state riservate alle numerose delegazioni asiatiche (oltre alla Cina, anche Hong Kong) che hanno curiosato tra gli stand, mentre il nostro viceministro dell'agricoltura Andrea Olivero ha opportunamente incontrato il collega russo Sergey Levin per parlare non certo di calcio, ma di interscambi agroalimentari. Se l'Europa, secondo le previsioni, per l'Italia rimarrà un mercato pressoché stabile, la vera incognita per tutti resta il Regno Unito post-Brexit, anche se in fiera si sono registrati quest'anno ben cinquecento

buyer in più provenienti dall'altra parte della Manica. In questa apologia dell'ottimismo, "Vinitaly", per i destini tricolori, ha registrato anche qualche discorso ufficiale che è suonato come musica per le orecchie di tanti operatori del settore. Ad esempio, la promessa del ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina di un Codice agricolo unico sul modello di quello del vino (la prima bozza dovrebbe vedere la luce entro luglio) o i ragionamenti ad alta voce di Phil Hogan, commissario comunitario dell'Agricoltura, che inaugurando la kermesse ha sottolineato l'esigenza di rendere più semplice la Pac, agevolando l'accesso al credito e abbattendo i rischi per i redditi agricoli anche attraverso la nuova piattaforma di garanzia multiregionale, introdotta in via sperimentale in otto regioni italiane (Piemonte, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Toscana, Umbria, Campania, Puglia e Calabria).



Le cantine della siciliana Feudi del Pisciotto in provincia di Caltanissetta



Le cantine della siciliana Marchesi di San Giuliano a Villasmundo (Siracusa)

Bacco alla conquista del Dragone

Quando si parla di futuro del vino, il riferimento all'immensa Cina è quasi d'obbligo. Perché il Paese asiatico è in grande evoluzione e le abitudini dei residenti, con linguaggio da marketing, vengono definite ormai "mature". Il consumo di vini da uva, ad esempio, ha ormai staccato quello dei vini tradizionali da riso. Le vendite dell'off trade hanno surclassato quelle dei ristoranti e la tendenza si accentuerà. Mentre i consumi domestici, più fidelizzati nei confronti del prodotto, hanno superato quelli fuori casa. Tutto ciò sta muovendo l'intero mercato cinese che ha ormai raggiunto il quarto posto tra i consumatori nel mondo, con due acquisti su tre che avvengono in mobilità. In soli dieci anni le importazioni cinesi di vino sono passate da 60 milioni ad oltre due miliardi di euro. E le previsioni vedono la Cina raggiungere presto il terzo gradino tra i Paesi con i più grandi volumi di importazione. Per l'Italia si prevedono margini particolarmente interessanti, anche perché il settore del vino in Cina ha attualmente una quota di mercato pari soltanto al 6 per cento e gli acquisti per la metà avvengono on-line. Insomma, di strada ce n'è da fare. E l'Italia potrebbe giocare un suo ruolo positivo in quanto parte dalle retrovie: pur avendo davanti la Francia, l'Australia, il Cile, ma

anche la Spagna, nel 2016 ha dimostrato di aver preso la rincorsa in quanto ha registrato un più 28,8 per cento. E si spera che questo possa tramutarsi in un vero e proprio boom. Intanto ci si rimbecca le maniche. Nel corso dell'ultimo "Vinitaly", l'ente veronese ha chiuso importanti accordi con Castle Li, ceo del colosso agroalimentare Cofco e con "1919", il più grande distributore di vino nel Paese del Dragone che si impegnerà ad incrementare entro il 2020 le vendite italiane di oltre due milioni di bottiglie per almeno 68 milioni di euro di fatturato. Un importante capitolo a parte è rappresentato da Alibaba, multinazionale cinese dell'e-commerce, capitanata da Jack Ma, con oltre 430 milioni di utenti pari all'80 per cento del commercio elettronico in Cina. I suoi siti internet incassano 170 miliardi di dollari annui. Il gruppo ha aperto la prima filiale europea proprio in Italia, a Milano. Un anno fa la divisione B2C del colosso ha stretto un accordo con il governo italiano, firmato proprio a Vinitaly, e le sue strategie per far recuperare posizioni di mercato al nostro Paese si stanno dimostrando preziose. Inoltre UniCredit e Banca Intesa hanno siglato con Alibaba un accordo per supportare le aziende italiane nella promozione dei loro prodotti nel mercato cinese (la vetrina virtuale tricolore su Tmall Global si chiama "E-Marco Polo" e vi partecipa anche il Gruppo Cremonini). Si moltiplicano anche altre collaborazioni con enoteche italiane, come "vino75.it" di Firenze. Un'originale iniziativa di promozione di Alibaba è la cosiddetta "9/9" (dalla data dell'iniziativa, il 9 settembre), cioè una giornata dedicata esclusivamente alle vendite di vino.



I vigneti abruzzesi de La Valentina a Spoltore (Pescara)

Negli Usa l'importanza dell'estetica

Il design delle bottiglie, la notorietà del brand e il prezzo. Sono i principali fattori d'attrazione nella scelta del vino da parte dei giovani consumatori americani. E' quanto ha messo in evidenza uno studio realizzato da Nomisma Wine Monitor per Verallia, presentato all'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo, in Piemonte. Uno studio importante perché analizza gli atteggiamenti dei consumatori nel primo mercato di export per le nostre produzioni. Un'area che nel 2016 ha importato complessivamente oltre cinque miliardi di euro di vino, di cui il 32,4 per cento di origine italiana, facendo del nostro Paese il leader di settore. La crescita a valore delle importazioni totali di vino negli Stati Uniti è stata del 52 per cento nel corso dell'ultimo decennio.

Lo studio s'è concentrato sui cosiddetti "millennials", cioè i giovani di età compresa tra 21 e 35, generazione su cui stanno puntando tutti i produttori perché in futuro sostituirà gli attuali consumatori di vino. Negli Usa, tra l'altro, la nuova generazione rappresenta quella che in quantità consuma più vino di qualsiasi altra: 42 per cento di tutti i consumi.

La ricerca di Nomisma è andata oltre, mettendo anche a confronto l'atteggiamento dei "millennials" americani e italiani verso il vino. I giovani adulti Usa, ad esempio, scelgono il vino per la notorietà del brand (32 per cento) e molto meno per il tipo di vino (21 per cento). All'opposto, il primo criterio di scelta dei giovani italiani è la tipologia del vino (51 per cento), mentre la notorietà del



I vigneti di Fertuna a Gavorrano (Grosseto), nel cuore della Maremma

brand è del tutto marginale (10 per cento). Le percezioni si differenziano anche sull'importanza del prezzo basso o promozionale, alta negli Usa (20 per cento) e bassa in Italia (11 per cento), nonché sulla rilevanza del territorio di origine, più alta in Italia (21 per cento) che negli Usa (15 per cento).

Nella scelta del vino basilari anche i fattori puramente estetici e di design come il packaging e le etichette, indicati dal 10 per cento del campione Usa e dal 5 per cento di quello italiano.

La distanza tra italiani più attenti alla sostanza e americani più attratti dall'estetica è evidente nella diversa importanza assegnata alla forma e al colore dell'etichetta (82 per cento negli Usa e 55 per cento in Italia), forma della bottiglia (74 per cento negli Usa e 47 per cento in Italia) e presenza di loghi/grafiche in rilievo sul vetro (71 per cento negli Usa e 40 per cento in Italia).

Di conseguenza, il 76 per cento dei "millennials" a stelle e strisce ritiene che le bottiglie personalizzate contengano vini di qualità superiore contro il 53 per cento degli italiani, e davanti ad una bottiglia di vino sconosciuto, il 92 per cento dei consumatori americani tra i 26 e i 31 anni sarebbe interessato all'acquisto, contro il 70 per cento dei loro coetanei italiani.

**EXPORT ITALIANO DI VINO
dal 2010 ad oggi**

**UE + 38%
EXTRA-UE + 51%**



La Tenuta San Leonardo ad Avio (Trento)



La tenuta di Petrolo a Bucine (Arezzo)

Strategie nel segno della creatività

Ricerca, innovazione, investimenti, creatività, nuovi modelli d'impresa, differenziazione, grande distribuzione, reti, enoturismo. Le parole d'ordine per affrontare le sfide future nel settore enologico sono molteplici. Perché senza leve strategiche lo sviluppo del settore vitivinicolo italiano, soprattutto all'estero, rischia di rimanere sulla carta, causa anche la crescita dei competitor stranieri. Germania, Svizzera, Austria, Usa, Canada, Cina, Russia e India vedono, infatti, crescere aziende nazionali impegnate nella produzione vinicola.

Un primo punto da inserire nell'agenda delle strategie per il futuro, indicato da tutti gli operatori del settore, riguarda la necessità di costruire nuovi modelli di impresa incentrati sulla ricerca e sull'innovazione per poter essere competitivi in uno scenario mondiale completamente mutato. Un panorama, tra l'altro, caratterizzato – per quanto ci riguarda – da una riduzione inesorabile dei consumi interni rispetto alle crescenti opportunità all'estero, come abbiamo visto. Dove, oltre ad Asia e America del Centronord, non vanno dimenticati la Russia e il Brasile, pur nella maggiore complessità dei sistemi tariffari. L'innovazione – è l'indicazione unanime – deve avere inizio nei campi. I processi produttivi saranno sempre più meccanizzati e soggetti alle nuove tecnologie. L'agricoltura di precisione è ormai una realtà contemporanea e le mappe di vigore georeferenziate, le centraline meteo o le nuove macchine cimatrici, potatrici e vendemmiatrici costituiscono certamente un'opportunità per ottimizzare i processi.

Tutto ciò, secondo gli orientamenti della Pac, dovrà coniugarsi con la sostenibilità, principio basilare del modello di sviluppo degli anni futuri: occorrerà tenere sempre più conto della capacità di carico degli ecosistemi, della territorialità e della vocazione dei terreni.

Il lavoro nei campi, alla radice del prodotto, può indubbiamente assicurare valore aggiunto al vino "made in Italy". Ma non basta. Per mantenere o accrescere la leadership internazionale occorre altro.

Una recente ricerca della Sda Bocconi (scuola di management "Wine Management Lab") consiglia di puntare sulla varietà, intesa come differenziazione d'offerta e non solo come vitigni autoctoni, collegandola all'espe-

rienza di consumo, cioè alla valorizzazione del legame con il cibo e con le peculiarità del territorio d'origine.

Tra le esperienze in tal senso va ricordato l'enoturismo. Secondo Donatella Cinelli Colombini, dell'omonima azienda e fondatrice del Movimento turismo del vino, "l'enoturismo può avere un ruolo determinante per lo sviluppo delle vendite di vino in quanto il turismo nel mondo prospera mediamente del 3,3 per cento all'anno, unica economia 'matura' che continua a crescere".

Tante le iniziative che coniugano vino e territorio, ad iniziare dagli eventi nelle cantine fino alle ormai radicate "strade del vino". Ad esempio, presso la quasi secolare azienda della famiglia Pasqua in Veneto, tre generazioni che hanno legato il nome soprattutto alla Valpolicella, fino al prossimo 31 maggio è possibile visitare su prenotazione una suggestiva installazione inserita all'interno di una delle barricaie, un percorso multisensoriale che racconta – attraverso 228 bottiglie che fluttuano sospese, 50 lastre di vetro, 126 metri quadrati di legno e altrettanti di tela oscurante nera, un chilometro di cavo trasparente e 1.300 viti (quelle d'acciaio, pur parlando di vino), le caratteristiche della nuova interpretazione del rosé di punta denominato "11 Minutes", dal tempo della pigiatura delle uve. Uno spazio "particolare" che anticipa l'esperienza olfattiva e gustativa che segue con l'assaggio del vino proveniente da vigneti attigui al lago di Garda. Sempre in Veneto, tra le province di Verona, Vicenza e Padova, la Strada del vino Arcole Doc è tra i promotori di "Vini, Vivi, Bici", quattro eventi cicloturistici per conoscere i territori di produzione del vino, degustandone i prodotti enogastronomici (tra cui asparagi e radicchio) e approfondendone elementi storici, come gli antichi castelli e le ville, paesaggistici e naturalistico-ambientali. "Si tratta di una forma di turismo di prossimità alla portata di tutti – sottolinea Roberto Pasini, presidente della Strada del Vino Arcole - per favorire la valorizzazione del nostro patrimonio storico e paesaggistico. La bicicletta, che è il mezzo di trasporto protagonista, non è stata scelta 'solo' per rispettare l'ambiente: essa infatti permette di assaporare con la giusta lentezza l'intero nostro territorio, dai castelli, alle pievi, per finire naturalmente con le eccellenze delle nostre produzioni enologiche". Dopo l'appuntamento di domenica 14 maggio tra San Bonifacio e Belfiore, gli altri eventi il 4 giugno tra Pressana e Cologna, il primo luglio tra Zimella e Veronella e infine il 10 settembre tra Cologna e Zimella.

Da non dimenticare che il vino può godere del valore apportabile, tanto in Italia quanto all'estero, dal cosiddetto "made in Italy", dalla cucina italiana leader internazionale fino ai beni di lusso e di qualità.

L'EVENTO. A Roma oltre 50 aziende da "degustare"

Vino e arte, efficacia promozionale

Il 21 maggio al Casino dell'Aurora Pallavicini l'enologia di tredici regioni italiane.

Una buona occasione per degustare il meglio della produzione vinicola italiana esplorando i segreti di alcune opere inedite dell'arte antica. La cornice del Casino dell'Aurora Pallavicini a Roma aprirà i suoi spazi domenica 21 maggio 2017 per ospitare la seconda edizione del format "Vino e arte che passione", dove oltre 50 aziende offriranno in degustazione il meglio delle loro produzioni e annate.

L'elenco delle aziende è vario e diversificato, comprendente quest'anno quindi regioni italiane: Abruzzo (La Valentina, Zaccagnini); Friuli-Venezia Giulia (Borgo Conventi, Nonino, Perusini); Lazio (Falesco, Paolo e Noemia D'Amico, Principe Pallavicini, Tenuta di Fiorano); Lombardia (Biondelli, Le Marchesine, Travaglino); Marche (Conte Leopardi); Molise (Di Majo Norante); Piemonte (Castello di Gabiano, La Scolca, Pio Cesare, Tenute Sella); Puglia (Rivera); Sardegna (Argiolas); Sicilia (Baglio di Pianetto, Barone di Serramarrocco, Marchesi di Sangiuliano, Murgio); Toscana (Boscarelli, Castellare, Castello Del Terriccio, Col d'Orcia, Tenuta Fertuna, Frescobaldi, Mazzei, Petrolo, Ruffino, Tenuta San Guido); Trentino-Alto Adige (Bossi Fedrigotti, Letrari, Tenuta San Leonardo, Tiefenbrunner, Trento Doc); Umbria (Antinori); Veneto (Bertani, Col Saliz, Conte Emo Capodilista, Masi, Serego Alghieri, Villa Sandi). Ad integrare la conoscenza enologica saranno le visite guidate ai tesori conservati nel seicentesco Casino dell'Aurora, gioiello dell'epoca barocca fatto edificare dal cardinale Scipione Borghese: dall'affresco dell'Aurora di Guido Reni ai dipinti di Luca Giordano e Annibale Carracci, ma anche la facciata impreziosita da lastre di sarcofagi romani del II e III secolo dopo Cristo.

Informazioni: www.vinoeartechepassione.it



Il Principe Boncompagni Ludovisi, titolare della tenuta di Fiorano, alle porte di Roma



La famiglia de Corato dell'azienda Rivera di Andria (Puglia)



Sabine e Christof Tiefenbrunner dell'omonima cantina in Alto Adige



Le ultime delle cinque generazioni della cantina PioCesare di Alba (Cuneo)



Maria Vittoria Letrari dell'omonima azienda di Rovereto (Trento)



La barriacaia Villa Sandi



La raccolta dell'uva per il TrentoDoc

Prezzi, promozione e big data

Si può fare sempre di più. E' una sorta di grido di battaglia. I produttori insistono che non bisogna accontentarsi dei risultati pur straordinari, ma è necessario darsi da fare per crescere ancora. Perché i cambiamenti, anche repentini, sono ormai all'ordine del giorno. Un esempio molto citato è il prezzo: perché in Italia si vende ad una media di 2,7 euro al litro, mentre in Francia vendono a più del doppio, 5,9 euro?

"In effetti abbiamo sempre venduto peggio il nostro vino - ammette l'assessore lombardo all'Agricoltura, Gianni Fava, che ha idee chiare sugli aspetti critici sui quali occorre lavorare: qualità, promozione e internazionalizzazione.

Michele Scannavini, da giugno 2016 presidente dell'Ice, concorda sul fatto che scontiamo un prezzo ancora ridotto rispetto ai francesi, specie negli Usa. "Occorre comporre un mix di offerta e comunicarlo al mercato - spiega. "Mettere insieme identità di marca, valore simbolico dei territori e rapporto qualità prezzo".

Sulla promozione purtroppo scontiamo l'incapacità di fare squadra tra produttori e sistema con le istituzioni, per cui quasi sempre sono i singoli marchi a spingere il comparto italiano.

Un esempio virtuoso è rappresentato dalla rete delle Grandi Capitali dei Vini (Great wine capitals global network, Gwc), che riunisce dieci città internazionali che condividono regioni vitivinicole apprezzate a livello mondiale. Sono Adelaide (Australia), Bilbao (Spagna), Borde-

aux (Francia), Città del Capo (Sudafrica), Mainz (Germania), Mendoza (Argentina), Porto (Portogallo), San Francisco (Usa), Valparaíso (Cile) e Verona (Italia). Una rete di qualità che punta a favorire scambi commerciali, turistici ed accademici tra le aree produttive leader nel mondo.

Altra esperienza degna di essere raccontata è quella della milanese Tannico, enoteca virtuale con 7.500 etichette disponibili. In fatto di innovazione, ha puntato sui big data, cioè sull'analisi dei dati di vendita per scoprire i gusti degli italiani in fatto di vino e migliorare quindi le performance commerciali. Ha scoperto così, ad esempio, che la città in cui si spende di più per acquistare una bottiglia è Gallarate, provincia di Varese, che sborsa il 120 per cento in più rispetto a Napoli. Nel centrosud un mercato che dà buone soddisfazioni è quello abruzzese. E non ci si ferma solo al dato geografico. Ad esempio, il cliente che ha un Apple è orientato a prodotti più raffinati, come Champagne e Brunello, mentre gli utenti Android preferiscono il Prosecco e il Lambrusco.

Interessanti anche le conferme relative ai "millennials" che privilegiano i marchi noti come Franciacorta, Bolgheri, Ferrari, Roederer e Donnafugata.

In Italia un ruolo importante per rilanciare le vendite ce l'ha la grande distribuzione, un canale fondamentale che negli ultimi tempi si sta sempre più specializzando con settore dedicati, garantendo assortimenti migliori e competitivi in termini di prezzi.

Ovviamente l'e-commerce rappresenta non solo il futuro, ma già il presente. La scelta delle enoteche on-line è infinita e la prova che si tratta ormai di colossi internazionali l'abbiamo avuta anche a Verona, dove queste aziende sono state ben presenti.

E a proposito di Verona, per l'appuntamento con la 52esima edizione ci sono già le date: dal 15 al 18 aprile 2018. Sarà l'occasione per l'ennesimo bilancio. Con il vento dell'ottimismo.

FOCUS. Le strategie del toscano Montecucco

Siamo piccoli, ma cresceremo...

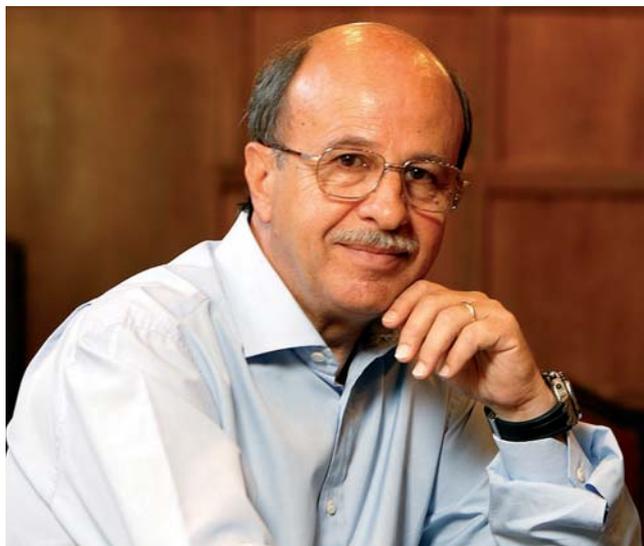
Alle pendici del monte Amiata le 64 aziende associate puntano su qualità e promozione.

Il Montecucco, la nuova promessa del vino toscano, nasce dalle uve coltivate nei sette comuni della denominazione di origine controllata e garantita, la Docg in vigore dal 2011, tutti in provincia di Grosseto: Arcidosso, Campagnatico, Castel del Piano, Cinigiano, Civitella Paganico, Roccalbegna e Seggiano.

La Denominazione, con le sue 64 aziende associate, punta ad uno sviluppo che possa coniugare gli aspetti produttivi con quelli promozionali e turistici del territorio: la zona, altamente vocata alla produzione del Sangiovese, gode di condizioni climatiche estremamente favorevoli, vicino al Mar Tirreno – da cui dista solo pochi chilometri in linea d'aria – e al monte Amiata, che con i suoi 1.738 metri di altezza domina tutto il territorio compreso tra la Maremma, la Val d'Orcia e la Val di Chiana.

Qui si sono succeduti Etruschi, Romani, Longobardi, monaci benedettini, dominio senese e la famiglia dei Medici: una stratificazione storica che ha lasciato tracce indelebili e testimonianze che ancora oggi sono visibili nei borghi, negli agriturismi e nelle dimore d'epoca, nella produzione di olio e, soprattutto, di vino. Benché la Denominazione sia piccola, relativamente giovane e ancora non molto conosciuta, il "Consorzio dell'Amiata", oltre ad attirare un pubblico di operatori di tutto il mondo - soprattutto provenienti da quei mercati maturi, come gli Usa, con già un'ampia cultura del vino - conquista anche moltissimi connazionali, in quanto c'è la sensazione di un risveglio dell'interesse nazionale e, dai dati registrati in questi primi mesi del 2017, si avverte una piccola – ma fiduciosa – ripresa del mercato interno. L'estero, comunque, rimane ancora oggi un punto di riferimento per il Consorzio, considerato che mediamente il 60 per cento della produzione di Montecucco Doc e Docg varca il confine.

Informazioni: www.consorziomontecucco.it.



Claudio Carmelo Tipa presidente del Consorzio del Montecucco



Montecucco Paesaggio

“La forza dell'Italia? Le identità territoriali...”

*Incontro con Chiara Soldati, quinta generazione nell'azienda leader in Piemonte.
Il Gavi, la qualità, il peso dei brand, la scommessa dell'innovazione per il futuro...*

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

Il Gavi è il vino bianco simbolo del Piemonte. Di colore paglierino, delicato e aromatico, decisamente raffinato, con una gradazione alcolica minima del 10,5 per cento, è ottenuto da uve Cortese, vitigno autoctono. Insomma, un eccellente vino bianco - ora tranquillo, ora frizzante, ora spumante - in una terra di grandi vini rossi rinomati in tutto il mondo.

La Denominazione di origine, riconosciuta sin dal 1974 con Dpr del 26 giugno, si estende su un territorio compreso tra Lombardia e Liguria, dalla Pianura Padana all'Appennino Ligure, a circa 30-40 chilometri dal mare.



Chiara Soldati

I comuni di produzione del Gavi sono undici: Bosio, Capriata d'Orba, Carrosio, Francavilla Bisio, Gavi, Novi Ligure, Parodi Ligure, Pasturana, San Cristoforo, Serravalle Scrivia, Tassarolo.

E quando si parla di Gavi, il riferimento all'azienda “La Scolca” è scontato. Questa cantina, che ha imbottigliato

il primo Gavi nel 1950, è forse quella che meglio rappresenta questo territorio votato alla qualità complessiva, pur nella pluralità delle caratteristiche morfologiche, di un microclima ideale e di terreni generalmente divisi tra quello bianco, marnoso e calcareo e quello rosso, argilloso. Questa tenuta sulle colline di Rovereto, a due passi da Serravalle Scrivia e da Gavi, vede la famiglia Soldati impegnata ad affermare tale prodotto in tutto il mondo da ben cinque generazioni.

Un importante racconto di armonica gestione familiare. Una storia duratura: sono ben 98 le vendemmie alle spalle.

E' quindi un cammino quasi secolare quello de “La Scolca”, acquistata dagli attuali proprietari - precisamente dall'avo Giorgio - nel 1919.

Incontriamo Chiara Soldati, figlia di Giorgio e Luisa, nonché cugina del compianto scrittore gastronomo Mario Soldati. E' lei, in azienda da ventidue anni, rappresentante della quinta generazione, ad occuparsi del settore tecnico e del marketing. Girando tutto il mondo, è una testimone privilegiata che “Info Impresa” ha scelto per parlare del futuro del vino.

Dottoressa Soldati, innanzitutto come nasce il vostro “Gavi dei Gavi”, uno dei prodotti di punta della tenuta?

“E' uscito per la prima volta nel 1968 e subito con questo nome per identificare distintamente la zona centrale della denominazione, ovvero il comune di Gavi.

E' nato comunque dall'esigenza di valorizzare la migliore selezione qualitativa di tutto ciò che producevamo.

Da qui il nome 'Gavi dei Gavi', che registrammo subito. Poco dopo implementammo un'ulteriore evoluzione: lasciavamo piccole quantità di vino in affinamento sui lieviti per poter rasare dopo la sboccatura le bottiglie di spumante con vino coevo e notammo che in particolari annate questo vino era davvero straordinario; nacque così il 'Gavi dei Gavi D'Antan', frutto di un lunghissimo affinamento in acciaio sui lieviti”.

Straordinaria la longevità di questa etichetta...

Sì, con uno straordinario lavoro sul rispetto dell'ambiente, sulla qualità delle vigne e delle uve e sull'affinamento delle tecniche di vinificazione, rispettando la tradizione. L'attenzione ai particolari è alla base della qualità di questo vino e di tutta la produzione aziendale, che si avvale degli stessi protocolli; la differenza la fanno le viti vecchie di Cortese che correttamente supportate producono pochi eccellenti grappoli e danno vita a vini quasi immortali”.

Passiamo alla commercializzazione. Il vino italiano continua a conquistare mercati, ma le notizie provenienti dal Regno Unito e soprattutto dagli Usa, che rappresentano uno dei migliori sbocchi per il vino “made in Italy”, seminano più qualche timore...

Anche quest'anno sono stata più volte negli Usa ed in effetti l'ondata di protezionismo e di nazionalismo è crescente. Ma il fenomeno sta invadendo più Paesi, dove si punta maggiormente alle produzioni autoctone. Ad esempio ciò si sta verificando in Russia, in Germania, persino in Cina. In Inghilterra ha fatto notizia lo spumante prodotto dalla Regina. In Francia e in Spagna il fenomeno è stato invece sempre presente. Il vino risente più di altri prodotti di queste spinte nazionaliste in quanto rappresenta da sempre un elemento di forte identificazione culturale, un esempio di distinzione, una sorta di bandiera. Ma questo fenomeno, se non esasperato, può costituire anche un fattore di ulteriore crescita e apprezzamento per il settore enologico”.

Anche per l'Italia?

“Certamente. Noi non abbiamo un sistema-vino nazionale. Non l'abbiamo mai avuto. La nostra caratteristica è stata sempre la frammentazione nelle identità territoriali. E' una debolezza, ma è anche un punto di forza legato proprio alla varietà: le nostre diversità e la straordinaria offerta dei singoli territori garantiscono la ricchezza complessiva del comparto. Mancano le campagne nazionali, la comunicazione del “prodotto Italia” è debole rispetto ai competitor, c'è una fortissima brandizzazione, ma la Toscana o i singoli Montepulciano o Chianti hanno rilevanza internazionale. I territori parcellizzati alimentano un'offerta variegata, dove la differenza – se ben gestita dalle aziende – può rappresentare un punto di forza. Tra l'altro oggi la tendenza degli importatori è proprio la ricerca della varietà, per cui i piccoli hanno un ruolo crescente. Siamo sopravvissuti grazie principalmente alla creatività individuale, alla vena artistica che è insita in noi italiani”.

Che ruolo giocherà l'innovazione per il futuro?

“E' la chiave principale per il successo. E' un fattore determinante per essere competitivi e stare sul mercato. Ma l'innovazione deve essere coniugata con concetti imprescindibili come la qualità, elemento principale del prodotto e che non passerà mai di moda, o la salubrità, figlia di un mix tra un altissimo quadro aromatico e un grado alcolico contenuto.

Occorre poi tenere in considerazione le trasformazioni in atto nel consumo, ad esempio il fatto che stanno cambiando le forme familiari, che si stanno imponendo nuove generazioni di consumatori interessati sempre più ai vini leggeri, da qui il successo del Prosecco tra i giovani, e sempre meno ai vini carichi.

Aggiungerei il fenomeno dell'internazionalizzazione dei gusti, di cui il vino deve tenere conto: il Gavi, ad esempio, viene indicato come il vino migliore per accompagnare il sushi. Per questo vendiamo tantissimo in Giappone e la richiesta è crescente nei ristoranti italiani che vendono sushi”.



Quali saranno le criticità maggiori per il consumo futuro del vino?

“Sicuramente è negativa la concorrenza dei superalcolici, una tendenza crescente soprattutto nelle giovani generazioni. Ciò rivaluta la funzione educativa del vino, che consumato in forme consapevoli fa sicuramente bene alla salute, inserito nella dieta mediterranea”.

Piacenza: anche il vino celebra la grande mostra sul Guercino

Omaggio al binomio territorio e prodotto in una terra che esalta la bellezza. La tradizione del vino e la testimonianza artistica nel segno del genio emiliano.

di GI.CA.

Guercino, uno dei più straordinari artisti italiani del Seicento, stimato a livello internazionale, è celebrato fino al 4 giugno in una grande mostra a Piacenza, dove l'artista di Cento lavorò tra il 1626 e il 1627.

Tante le iniziative di grande suggestione, che raccolgono in un unico percorso, tra sacro e profano, luoghi simbolo della città di Piacenza: i visitatori hanno la possibilità, irripetibile, di ascendere all'interno della cupola del duomo per ammirarne gli straordinari affreschi con le immagini dei profeti Aggeo, Ezechiele, Geremia, Michea, Osea e Zaccaria e le otto lunette con storie della vita di Cristo e le Sibille (con una nuova illuminazione realizzata da Davide Groppi), e di contemplare una selezione di 20 capolavori in mostra a Palazzo Farnese (piazza Cittadella 29).

In duomo la visita è introdotta da una sala multimediale che permette al pubblico di leggere in modo innovativo il capolavoro del Guercino e di provare un'inedita esperienza immersiva attraverso particolari visori 3D.

L'occasione offerta dall'evento è stata colta da una cantina storica della provincia, quella di Vicobarone di Ziano Piacentino, nel cuore della Val Tidone e delle sue colline da sempre coltivate a vigneto. Una realtà nata nel 1960 e che attualmente conta oltre 250 soci viticoltori che le conferiscono la migliore selezione di uve provenienti dalle zone Doc dei Colli piacentini e dell'Oltrepò pavese.

“Un onore poter unire i nostri vini ad un evento così prestigioso - racconta il neopresidente della Cantina di Vicobarone, Giuseppe Gaddilastrì. “L'azienda ha accolto con immenso piacere la proposta degli organizzatori di poter dedicare due vini ad un momento così importante per Piacenza ed il suo territorio. Abbiamo così scelto i vini che potessero rappresentare il rispetto per il nostro territorio, avendo ottenuto il riconoscimento massimo in termini di sostenibilità. Quindi Malvasia e un Gutturnio, che seguono un disciplinare di produzione nelle più alta attenzione all'ambiente, con il consumo sostenibile di energia di tutti i sistemi produttivi dalla coltivazione della vite fino ad arrivare all'imbottigliamento, ottenendo la certificazione ministeriale “V.i.v.a. sustainable wine”. Si tratta di due vini che

rappresentano la sintesi delle tradizioni dei sapori, dei profumi e colori della terra piacentina offrendo quanto di più vero e sincero può celebrare l'immensa bellezza che il Guercino ha lasciato al territorio.

Barbera, Bonarda, Malvasia e Ortrugo sono le principali varietà presenti sui circa 700 ettari dei vigneti della Cantina che ne costituiscono la grande ricchezza viticola. Proprio la grande varietà di suoli, unitamente alle sapienti cure dei viticoltori prima e degli enologi fa sì che le uve, vinificate secondo metodi di fermentazione naturale, diventino un vino di elevata qualità e tipicità nel rispetto delle antiche



4 MARZO - 4 GIUGNO 2017

Un omaggio all'Arte nella tradizione del Vino



I due vini che la cantina di Vicobarone ha dedicato al Guercino



La cupola del duomo di Piacenza affrescata dal Guercino

tradizioni ma con un occhio alle nuove generazioni che sono per noi fonte di continua ispirazione.

Insomma, vino e arte costituiscono, in fondo, due facce della stessa medaglia come bandiere dell'identità, della qualità e della bellezza.

Verdicchio di Matelica, cinquantennale della Doc

Numerosi gli eventi in programma nelle Marche, soprattutto a luglio.

di GI.CA.

Si sono aperte le celebrazioni del Cinquantennale del Verdicchio di Matelica, il primo bianco delle Marche ad aver ottenuto il riconoscimento di vino a Doc nel 1967. L'amministrazione comunale sarà accanto ai produttori per sottolineare l'eccellenza di questo vino e per lanciare il progetto di valorizzazione legato all'anniversario, dando il via ufficiale alle iniziative che avranno in estate il loro clou.

"Il cinquantennale è la certificazione più tangibile dell'alta qualità di questo progetto vitivinicolo – sottolinea Roberto Potentini, assessore comunale all'agricoltura. "È la storia stessa che ha compiuto una selezione e premiato il Verdicchio di Matelica. Per questo, celebrare i 50 anni della Doc vuole dire esaltare un passato che è garanzia di un futuro importante. Il Verdicchio di Matelica è un patrimonio comune del territorio e un fondamentale motore di sviluppo per una comunità provata dalla crisi economica e dal terremoto".

Le iniziative del cinquantennale, dopo il Vinitaly, si concentreranno soprattutto in estate, quando Matelica si accenderà di eventi facendo della cittadina marchigiana una destinazione ideale sia per gli esperti del vino che per gli appassionati del gusto. Tra gli appuntamenti in programma, un convegno di taglio socio-economico in luglio e l'inaugurazione del primo monumento dedicato al Verdicchio di Matelica. Saranno tante le occasioni per apprezzare questo bianco straordinario, dalle degustazioni alle serate a tema, con i ristoranti del territorio in festa che dedicheranno menù speciali all'anniversario; il culmine delle celebrazioni cadrà il 21 luglio (data della pubblicazione in Gazzetta ufficiale dell'assegnazione della Doc nel 1967), con già in programma lo show cooking in piazza a cura di Diego Bongiovanni, chef de "La prova del cuoco".

Con 300 ettari di superficie vitata nel cuore dell'Alta Vallesina, il Verdicchio di Matelica spicca nella produzione marchigiana per caratteristiche uniche: i vitigni sono coltivati nella sola grande valle della regione disposta in direzione nord – sud e dunque chiusa al mare, una



Roberto Potentini, assessore all'Agricoltura del Comune di Matelica



Matelica vista dai vigneti

peculiarità che si traduce in tipicità produttive e sensoriali. Con una produzione da due milioni e 400mila bottiglie (dati 2015), il Verdicchio di Matelica è ambasciatore di questi territori nel mondo, con almeno metà della produzione che varca i confini nazionali. Particolarmente interessante l'andamento della punta di diamante, il Verdicchio di Matelica Riserva Docg, che dal 2011 al 2015 ha più che triplicato la produzione, segno che la fascia top sta incontrando un apprezzamento crescente e che il Verdicchio di Matelica si sta ulteriormente qualificando nell'eccellenza.

Il “vino perfetto” affidato a genomica e post genomica?

Il dna della vite permette di conoscere quali geni resistono e quali muoiono.

di CHRISTIAN BATTISTONI

Decifrare i messaggi complessi contenuti nel genoma della vite per produrre vini di alta qualità. La “viticoltura 4.0” è la nuova frontiera dell’industria vinicola. La ricerca scientifica nel settore ha fatto enormi passi avanti, dimostrando come, grazie l’utilizzo di un algoritmo complesso combinato con nuove sequenze tecnologiche, sia possibile separare i geni della vite riuscendo ad individuare quali di questi siano coinvolti nella maturazione del frutto della vite e quali altri siano invece responsabili nella produzione dei composti fenolici, i quali definiscono colore e struttura del vino. Grazie all’applicazione pratica di queste forme di genomica e post genomica sarà possibile ridurre drasticamente l’utilizzo degli antiparassitari in agricoltura ed aumentare la sostenibilità della produzione, oltre che naturalmente migliorare a qualità del vino prodotto. Come spiega Dario Cantu, genetista vegetale, in un’intervista rilasciata per il giornale dell’Università della California (Davis), “le nuove informazioni genomiche che verranno generate con questo nuovo approccio genomico accelereranno lo sviluppo di nuove varietà di viti resistenti alle malattie che produrranno uve di alta qualità e sapore, più adatte ai cambiamenti ambientali”. Oltre alla creazione di nuove varietà sarà anche possibile intervenire sulle vecchie, rendendole più resistenti agli agenti atmosferici.

Nel lungo termine poi, verrà studiato l’impatto ambientale delle nuove specie valutandone il prodotto e le conseguenti modificazioni nell’atmosfera e nel suolo da questo provocate. Gli sviluppi della genomica permetteranno, inoltre, di sperimentare nuove applicazioni per intervenire sulla defogliazione precoce, controllare il deficit idrico, studiare nuove forme di allevamento e raccolto. Lo stesso Dario Cantu, grazie all’utilizzo di Falcon-unzip, nuova forma di assemblaggio del genoma sviluppata dalla Pacific Biosciences of Menlo Park della California, è riuscito a sviluppare una sequenza di alta qualità del genoma del vitigno del Cabernet Sauvignon. Il genetista è riuscito ad ottenere sulla vite lo stesso suc-

cesso che l’applicazione del nuovo assemblaggio genomico aveva dimostrato con le ricerche sulla *Arabidopsis thaliana* e il fungo corallino (*Clavicornia pyxidata*). Come cita il giornale dell’università, i risultati di queste due ultime ricerche sono riportati sulla rivista americana *Nature Methods*. Ormai da diversi anni lo studio sulla genomica e la post genomica sta prendendo piede anche in un Paese fortemente tradizionalista per quanto riguarda la cultura della produzione di vini come l’Italia. Nel 2014, infatti, furono proprio un gruppo di ricercatori dell’università di Verona, in collaborazione con il Cnr, a



scoprire come cento geni - quelli più importanti - siano protagonisti nella maturazione della vite, mentre altri ancora decidono colore e struttura del vino. Lo studio, pubblicato sulla rivista *The Plant*, è riuscito ad identificare 30mila geni presenti nel dna della vite e dell’uva, pochi di questi bastano per la maturazione della bacca della vite, mentre gli altri si spengono nella fase intermedia. Sono appunto questi cento geni gli unici a sopravvivere nell’arco di tutto il processo ed a causare la morte degli altri. Altri geni regolano i processi metabolici influenzando

sulle caratteristiche finali del prodotto. Grazie a questo studio dettagliato sarà quindi possibile capire come migliorare la qualità dell'uva e del vino.

Questo è proprio l'obiettivo della Fondazione E. Mach (Fem) di San Michele all'Adige che in una delle sue ultime sedute ha approvato un progetto che è la conclusione di un iter per lo sviluppo delle biotecnologie in viti-frutticoltura e sul genoma iniziato l'anno scorso con la partnership con Human Technopole Italy 2040. Progetto che non ha però ancora ricevuto la spinta giusta

prevede alcun innesto ma l'intervento diretto in laboratorio nella sequenza del dna per riparare un gene, modificarlo o renderlo inattivo. In entrambi i casi l'obiettivo è quello di unire sostenibilità, resistenza della vite e migliorare la qualità del vino rendendolo eccellente. Con la manipolazione genetica si cerca in ogni caso di ovviare agli errori umani, con la speranza di restituire alla vite lo stesso splendore che il cambiamento climatico lentamente sta logorando. A pagarne le spese saranno i viticoltori affezionati all'approccio tradizionale, quello che



per la sua realizzazione. L'iniziativa rientra nel piano strategico per una "viticoltura sostenibile". Nella fase applicativa, il progetto prevede l'utilizzo di tecniche innovative che andrebbero a sostituire, o meglio ad implementare, le attuali tecniche di breeding (allevamento tradizionale) utilizzate per la vite mediante una selezione accurata e un incrocio tra le diverse qualità di vite. Citando L'Adige, il progetto richiama due tecniche basate sull'uso del dna ricombinante su cui i ricercatori della Fem lavorano da anni: la cisgenesi e il «genome editing».

La prima prevede una modificazione del gene originario della vite con l'introduzione nella cellula di geni appartenenti alla stessa o a specie diverse con l'idea di rafforzare e perfezionare il gene originario. La seconda non

fino ad ora ha permesso all'Italia di imporsi nel mercato come cultura e qualità. Gli sviluppi futuri permetteranno, infatti, di poter riprodurre vini di qualità quasi identica ai nostrani in terreni impervi o comunque inadatti dove la cultura del vino non è assolutamente mai esistita.

Questo rappresenterà sicuramente un problema per l'export delle nostre produzioni, ma allo stesso tempo un'opportunità per chi sa fare internazionalizzazione di know how nel settore vinicolo. Una questione in ogni caso ancora lontana considerata, invece, l'urgenza di un intervento per la sostenibilità ambientale ed in contrapposizione ai cambiamenti climatici. Certo è sicuro che tra qualche anno sarà molto più difficile riconoscere la mano del bravo contadino e dell'enologo esperto.

Il vino è emozionalità, parola di esperti

Infoimpresa incontra due "addetti ai lavori": il wine consultant Andrea Mariani e l'imprenditore Riccardo Davoli, titolare di una delle più note enoteche di Roma.

di SARA DI IACOVO

Vicino al villaggio di Areni, in Armenia, è stata rinvenuta una pressa per l'uva, recipienti per la fermentazione (nonché resti di grasse, semi e bucce) e la conservazione del vino, che attestano che già 6.000 anni fa si produceva il vino. Gli antichi popoli si scambiavano nozioni e qualità di vino già in età antica, i Romani, ad esempio, impararono dai Greci come migliorare il vino acidulo con il miele o altri aromi, ma, cosa fondamentale per la forma mentis romana, impararono dai Cartaginesi come costituire aziende agricole non solo produttive, ma anche remunerative. Eppure, nonostante in principio la qualità del vino fosse molto bassa, ad esclusione delle donne o era impiegato come medicamento. La produzione letteraria in primis ne fu influenzata e a seguire anche tutta la vita pubblica venne per così dire invasa dal vino sia per gusto sia per diletto, fino a diventare parte integrante in alcuni rituali sacri. La letteratura oltre a parlare di vino come un piacere, si concentra molto anche sugli aspetti tecnici, come leg-

giamo ad esempio in Plinio, che scrisse diversi capitoli sulla potatura delle viti, la concimazione, le malattie e classificandole addirittura secondo le caratteristiche dei vitigni, mentre Catone raccolse il patrimonio di conoscenze accumulate in cinque secoli dal popolo latino nel "De Agricoltura" spiegando come e quando vendemmiare. Mentre Virgilio, nel IV libro delle "Georgiche", esortava i romani alla vita agricola.

Nel corso dei secoli è cambiato il modo di produrre il vino ed anche il suo pubblico. Negli ultimi anni sempre più persone si avvicinano al mondo del vino non solo a tavola, ma anche a scuola, se così si può dire, facendo proliferare le degustazioni. Per avere un quadro tecnico su come stia cambiando l'approccio al vino abbiamo incontrato Andrea Mariani, wine consultant e Riccardo Davoli, proprietario della storica Enoteca "Il Piccolo" nel centro storico di Roma, in via del Governo Vecchio.

MARIANI: "Per capire come è cambiato il gusto del vino dobbiamo fare qualche passo indietro. L'Italia, da che se ne dica, produce vino da molto meno tempo di quel che



L'Enoteca 'Il Piccolo' di Roma

si voglia far credere. Le prime produzioni di vino di rilievo sono cominciate a partire dagli anni Ottanta, seppur la storia insegna il contrario. In questi trent'anni l'evoluzione del vino, la lavorazione ed infine il gusto ha fatto sì che il vino avesse notevoli mutazioni nell'arco di questi anni. Nei primi anni Duemila il vino ha cominciato ad avere un rilievo fondamentale in Italia, si comincia ad immaginare il vino come bevanda da pasto e non solo, e non più come alimento. La scuola di sommelier in questo ha aiutato moltissimo con docenti di altissimo spessore, che insegnano a degustare il vino, inevitabilmente il vino ha avuto un'ascesa apicale importante. Negli ultimi anni c'è stato il boom delle iscrizioni di corsi per imparare il vino, al momento in Italia si è circa un 3-4 per cento di conoscitori del vino. Questo ha influenzato i produttori nel loro stile, migliorandosi di loro volta per produrre vini non più di massa, ma vini sempre più eleganti. Oggi siamo il secondo Paese al mondo come produzione di vini e come consumo pro-capite, i primi sono i francesi, e subito dopo di noi si piazzano gli Usa”.

DAVOLI: “Trovo che siano i turisti quelli più intraprendenti, vogliosi di farsi guidare o di scegliere un vino che non faccia riferimento ai vitigni internazionali, ma bensì alle realtà autoctone italiane. Il resto della clientela fa affidamento al nostro consiglio, siamo aperti da oltre 30 anni e la gestione è rimasta la stessa, l'unica cosa che è cambiata nel tempo è l'importazione del vino. Ci piace cambiare e soprattutto scoprire. Il consumo maggiore è sicuramente quello del Prosecco, mentre per quanto riguarda i bianchi il vino aromatico ha lasciato spazio a vini decisamente "secchi", sapidi e dinamici nella beva, perfetti per ogni momento. In quanto ai rossi, i vini che vanno per la maggiore sono i grandi classici, dal Brunello all' Amarone, passando per qualche chicca introdotta da alcuni anni.

Ultimamente la demonizzazione dei solfiti e le nuove tendenze etiche ed alimentari hanno portato diverse produzioni vinicole a sfociare nel biologico”.

- Com'è la risposta del pubblico?

MARIANI: “Oggi in Italia sta andando di moda la produzione dei vini biologici, e dei vini vegani o crudi. Ovviamente sul gusto ci sono diverse scuole di pensiero, ma ricordiamoci sempre che il gusto è soggettivo, ci possono essere delle linee guida che si possono, si devono seguire per capire se un vino è buono oppure no, per comprendere al meglio la differenza tra morbidezze e durezza del vino, ed il loro equilibrio può aiutarci molto. Ricordatevi che non ci sono gusti prestabiliti. Il vino è emozionalità”.

DAVOLI: Il vino biologico ha diviso il pubblico e anche i venditori. Quello che è certo è la conquista di gran parte



del mercato. L'etichetta stellata è passata in biologico per rafforzare il feed con i consumatori, consolidando ulteriormente il marchio. Sicuramente negli ultimi anni i vini biologi hanno sorpassato l'etichetta stellata che non ha badato a convertire l'azienda e credere nella terra. Sembra proprio che a veicolare maggiormente le scelte dei giovani consumatori sia infatti proprio il fattore biologico in base allo studio dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini chiamato “Vino e Giovani” che ha preso in esame un campione rappresentativo di 1.500 italiani tra i 18 e i 35 anni. Per quasi la metà del campione (48 per cento) nella scelta è determinante che un vino sia biologico e l'86 per cento si dichiara disposto a spendere di più per acquistare un prodotto bio, la marca smuove solo un misero 5 per cento mentre un altro grande driver nelle scelte è l'attenzione al territorio (18 per cento), la qualità dei prodotti (12 per cento) e la sostenibilità”.

Cantine Nicosia: una tradizione d'eccellenza

Un'ampia gamma di vini sani e naturali sono alla base del successo dell'azienda che da oltre 119 anni produce ai piedi dell'Etna. E' un'impresa associata Unsic.

di GIUSEPPE TETTO

Una storia lunga 119 anni. Un milione e 700 mila litri di vino all'anno. Un mercato che copre oltre 23 Paesi in tutto il mondo. È questo il biglietto da visita con cui Graziano Nicosia presenta l'omonima azienda nata a Trecastagni, sul versante orientale dell'Etna, e che oggi guida insieme al padre Carmelo e al fratello Francesco.

«Era il 1898 – dice il giovane imprenditore - quando qui a Trecastagni è nata la prima bottega della famiglia Nicosia. Oggi il nostro motto è 'Una cantina sempre aperta' perché noi crediamo fermamente nei nostri vini sani e naturali, espressione autentica del territorio e delle pregiate varietà autoctone».

È una vera vocazione per il vino quella che ha portato le Cantine Nicosia ad affermarsi tra le prime realtà del territorio siciliano e nazionale. Tutto grazie ad un prodotto che nasce principalmente dai 60 ettari di proprietà, divisi fra le pendici dell'Etna e il centro agricolo di Vittoria, grande comune del ragusano. Senza contare gli oltre 190 ettari in gestione alla famiglia Nicosia, dove vengono prodotte varietà che meglio si sono adattate al territorio: dal Merlot, Pinot nero e Cabernet.

«Grazie a vini prodotti nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità – continua Graziano - oggi Cantine Nicosia è uno dei marchi più noti e antichi dell'Etna e che comprende un'ampia gamma di prodotti tra cui due spumanti metodo classico, da uve Carricante e Nerello Mascalese, e due Etna Doc da invecchiamento, prodotti a 750 metri in contrada Monte Gorna».

Una produzione fatta a mano che sposa la tradizione, in modo particolare sulle pendici dell'Etna dove i vigneti, posti su piccoli terrazzamenti rendono quasi impossibile la meccanizzazione. Il discorso cambia sul versante di Vittoria dove molti processi sono automatizzati ma la vendemmia viene fatta a manualmente.

Una tradizione che fa l'occhiolino alle nuove tecnologie: ne sono testimonianza il laboratorio di analisi, la moderna linea d'imbottigliamento e la barriera sotterranea. «Abbiamo un'anima green – sottolinea Graziano - che ab-

braccia la sostenibilità e il biologico, sia in vigna sia in cantina. Siamo stati la prima azienda siciliana a proporre, due anni fa, un bianco e un rosso certificati Bio Vegan, divenuti secondo i dati Nielsen i prodotti più venduti nel mercato regionale nella categoria vini biologici e tra i primi dieci in Italia».

Oggi l'azienda produce circa un milione 800 mila bottiglie ogni anno che esporta in oltre 23 Paesi in tutto il mondo. Un mercato che parte dagli Stati Uniti, per poi passare all'Inghilterra e in Germania, fino a giungere in Thailandia, Giappone e Australia.



Graziano Nicosia

Ma non solo produzione e distribuzione. Le Cantine Nicosia si sono affacciate anche all'enoturismo: «Nel 2013 – conclude il giovane imprenditore - abbiamo aperto in cantina un'osteria e abbiamo creato percorsi gustativi con i migliori prodotti siciliani, che hanno riscosso un grande successo. Basti pensare che lo scorso anno abbiamo contato circa 18mila visitatori. Puntiamo molto sugli eventi, uno fra tutti "Il gusto si racconta", dove ospitiamo le eccellenze della cucina siciliana con i migliori chef del territorio, la maggior parte dei quali stellati Michelin. È un modo per promuovere i nostri vini e i prodotti della nostra terra».

L'azienda è associata Unsic.

Coworking e Fablab, la nuova dimensione dell'impresa

Gli spazi di lavoro condivisi stanno diffondendosi a macchia d'olio in tutto il mondo.

di CHRISTIAN BATTISTONI

“La parola coworking non sarà una parola del futuro, ma molto probabilmente sarà il modo in cui noi lavoreremo - ha detto Rahul Prakash, partner di Hatch Today, uno dei più importanti spazi di “lavoro condiviso” a San Francisco in California. Le origini di questi luoghi di lavoro vanno rintracciate con la nascita dei cosiddetti “hackerspaces” a metà degli anni Novanta, quali spazi lavorativi aperti per persone con interessi nel settore digitale e propensi a condividere idee, strumenti e conoscenze, come è possibile leggere in una ricerca pubblicata da Knoll, uno dei più importanti spazi di coworking nel settore del design. Oramai è diventato un fenomeno diffuso con più di undicimila esempi in tutto il globo di cui 300 soltanto in Italia. Questi luoghi di lavoro condiviso si contrappongono al tradizionale ufficio personale e si distinguono da questo per innovazione e modalità di lavoro. Grazie a questi spazi, tutti hanno a disposizione tecnologie e risorse senza che questi investire ingenti fonti di denaro, ma al contrario, a costi quasi nulli.

La nascita dei coworking ha favorito la crescita esponenziale avvenuta negli ultimi anni di freelance e start-up innovative andando così a creare un ecosistema che si riconosce nei valori della comunità, flessibilità e della condivisione delle risorse. Nel tempo alcune modalità di lavoro collaborativo, sono state intraprese anche da diverse società che hanno lanciato nuovi spazi di coworking, alternativi ai principali, con l'intento di facilitare e rendere più flessibile il lavoro per alcuni collaboratori, in modo che questi potessero collaborare anche con altri partner. La strategia delle aziende è quella di attrarre nuovi talenti, che altrimenti finirebbero nelle mani di qualche competitor, e sfruttarne le competenze.

Secondo Forbes, nel giro di pochi anni, il 40 per cento della forza lavoro occidentale diventerà freelance o solo entrepreneur che in aggiunta a nuovi spazi di lavoro “smart” creati dalla aziende, andranno a rivoluzionare il mondo del lavoro. Per quanto riguarda il nostro Paese, questa “rivoluzione” ha coinvolto soprattutto il Nord Ita-



lia, dove possiamo trovare circa il 65 per cento del totale dei coworking attivi sulla nostra penisola. Soltanto a Milano possiamo trovare 60 spazi di lavoro condiviso, tre volte Roma che ne ha 20 ed è comunque seconda in questa speciale classifica. Il coworking permette di organizzare al meglio il tempo con la possibilità di interagire e confrontare le proprie idee con quelle degli altri. Sullo stesso concetto sono nati i cosiddetti FabLab. Anche questi sono spazi di lavoro condivisi di cui però non si ha ancora una definizione chiara. In poche parole, un FabLab è un laboratorio di fabbricazione digitale organizzato secondo un preciso modello. All'interno di un FabLab possiamo trovare fresatrici Cnc, plotter da taglia, stampanti 3D, laboratori di elettronica, metalli e falegnameria ed altre strumentazioni necessarie per la realizzazione di manufatti convenzionali e digitali grazie al know how offerto dalle nuove tecnologie. Questi spazio di lavoro “artigianale” permettono una condivisione di conoscenze e strumenti cosicché si possano creare progetti innovativi attraverso la partecipazione. Un modello ha avuto una rapida diffusione in tutto il mondo. Ora sono infatti più di 1120 i FabLab attivi nel pianeta, con l'Italia che si piazza al terzo posto con oltre 130 spazi lavorativi in condivisione. Ognuno di queste è collegato alla rete globale, favorendo la rapida condivisione delle conoscenze e delle esperienze. Un fenomeno, quello degli acceleratori (coworking) e dei FabLab nato per permettere a chi aveva le idee ma né i fondi necessari né gli spazi e gli strumenti adatti, di svilupparle creando progetti innovativi e creare la propria fortuna.

Tasse: quanto diamo, quanto abbiamo in cambio

I numeri sul fisco sfatano tanti luoghi comuni sui presunti "salassi".

di LUCA CEFISI

In Italia si pagano troppe tasse? L'informazione urlata su Internet propone spesso questo assunto. Che naturalmente viene incontro al malessere dei contribuenti e delle imprese, che avvertono senza dubbio un forte carico fiscale nel corso della loro attività annuale. Il mugugno sulle tasse è vecchio come il mondo, come anche i tentativi di non pagarle. Esiste una relazione tra evasione fiscale e carico fiscale? A prima vista sì, visto che tutti conosciamo almeno un evasore che ti spiega sottovoce di essere costretto, e che lui non evaderebbe se lo Stato chiedesse di meno. Ma come stabilire se il carico fiscale è eccessivo?

Non è così facile. E ci vuole una riflessione seria: non basta raccogliere i dati, ma occorre anche interpretarli. E la denuncia dell'imprenditore è una spia, ma va verificata: potrebbe essere il suo business ad essere economicamente insostenibile e l'evasione soltanto una forma di concorrenza sleale. E naturalmente l'interpretazione non può fare a meno del punto di vista: c'è quello che, semplificando al massimo, potremmo definire liberale, di chi sostiene che l'alleggerimento delle tasse libera risorse per gli investimenti privati, sostenendo il Pil e l'economia, tanto che alla fine il gettito fiscale addirittura potrebbe aumentare perché i tagli alle tasse potrebbero generare maggiore ricchezza privata e magari addirittura che la ricchezza dei ricchi tende naturalmente a "sgocciolare" verso il basso. E' questa la teoria trickle-down, di cui oggi è un sostenitore, ad esempio, Donald Trump, teoria che un interessato Alberto Sordi, povero socialista in procinto di sposarsi con una ragazza brutta ma ricca, nel mitico film *L'arte di arrangiarsi* di Luigi Zampa, riassume con il memorabile "quando i ricchi stanno bene, anche ai poveri non va male".

Dall'altro lato, c'è chi, invece, potremmo chiamarli i sostenitori dell'economia "sociale", ritiene che una robusta leva fiscale sia necessaria per redistribuire una ricchezza che altrimenti rimarrebbe nelle mani dei ceti più ricchi, ma non per essere impiegata a fini imprenditoriali, ma nella mera speculazione, o accumulata senza essere in-

vestita, o destinata a spese di lusso che non stimolano adeguatamente l'economia. Per questo secondo punto di vista, le tasse producono ricchezza privata e lo Stato non ha solo il compito di fare il "guardiano notturno" della proprietà privata, ma anche di organizzare, con leggi e con tasse, il mercato, che lasciato a sé stesso non è affatto razionale e produce sprechi e ingiustizie. Dobbiamo inoltre chiederci: che la pressione fiscale in Italia sia "alta" è un fatto intuitivo, ma "quanto" alta, e rispetto a quali metri di paragone? E, soprattutto, quali costi e quali benefici complessivi comporta il nostro sistema di tassazione, insomma, come si può valutare il carico fiscale senza parlare anche della relativa spesa pubblica?

Ecco, una volta fatta un po' più di luce sulla questione, che è più complessa di un discorso al bar o di un "vergogna!" su Facebook, veniamo finalmente ai numeri.

Tra i Paesi dell'Ocse (l'Organizzazione internazionale per la cooperazione e lo sviluppo economico), l'Italia si trova senz'altro nel gruppo di testa, delle nazioni sviluppate ad alta tassazione. Nel 2015 era sesta, al pari della Svezia e dietro a Danimarca, Belgio, Francia, Finlandia e Austria, per impatto della tassazione sul Pil (Prodotto interno lordo): 43,3 per cento (in leggera discesa, in questi mesi dovremmo essere scesi appena sotto il 43 per cento), mentre la Francia è al 45,5 per cento e la Danimarca al 46,6 per cento. L'Italia non è messa diversamente dalla Francia, che è un Paese per tanti versi a noi simile, e al Belgio; gli altri membri di questo gruppo di testa sono però soprattutto scandinavi, con una cultura e una società invece piuttosto diversa dalla nostra. Inoltre, i Paesi scandinavi hanno fama di migliori e più ampi servizi pubblici, insomma il contribuente riceve di più per quello che paga, anche se alcuni servizi pubblici italiani sono considerati validi a livello internazionale (sopra tutti, il Servizio sanitario nazionale, che risulta superiore a quello nordeuropeo e in concorrenza proprio con quello francese secondo l'Oms, e anche secondo Bloomberg, che però, paradossalmente, lo valuta positivamente

anche perché la sanità italiana farebbe tanto con poco, visto che l'Italia non spende poi tanto per la salute in rapporto al Pil!). Un confronto inevitabile è quello con la Germania: la nazione tedesca ha una pressione fiscale sul Pil significativamente diversa, il 36,9 per cento, pur avendo senza dubbio un sistema pubblico di servizi efficiente. Non è per caso, quindi, che il dibattito politico proprio in Italia e in Francia sia centrato da alcuni anni sulla riduzione del carico fiscale: è la concorrenza con la potente economia tedesca nell'ambito del mercato unico europeo a rendere il tema urgente.

Questo si vede anche meglio valutando la tassazione sulle imprese: anche qui l'Italia e la Francia sono in testa, anzi per l'aliquota fiscale totale (il calcolo delle imposte e contributi obbligatori, dopo le deduzioni ma esclusi i sostituti d'imposta) l'Italia è davvero prima, con il 64 per cento e la Francia al 62,8 (Germania: 48,8); la differenza sull'aliquota legale è meno drammatica, Francia, Germania e Italia sono tutte e tre vicine al 30 per cento (Francia di più, Germania, come sempre, di meno), e l'Italia dovrebbe alleggerire con la nuova Ires, scesa dal 27,5 per cento al 24.

Attenzione, questi numeri sono comunque soltanto indicativi: il gioco delle deduzioni fiscali, degli ammortamenti e dei molti altri fattori è comunque molto più complesso. Si possono citare, per confronto, quei Paesi che sono nel mercato unico, e giocano però duro sulla concorrenza fiscale, l'esempio classico è l'Irlanda, con la sua aliquota standard sulle imprese al 12,5 per cento, che è stata importante nel portare in Irlanda grandi aziende multinazionali da tutto il mondo, anche se alla lunga questa situazione non poteva non aprire un conflitto con Bruxelles, che ha accusato l'Irlanda di aiuti di Stato alle imprese. Un contenzioso che non si risolverà finché nel mercato unico europeo non ci sarà anche una politica fiscale unica, il che però vuol dire fisco e Tesoro europeo: siamo ancora lontani.

Per avere un colpo d'occhio complessivo, che dai numeri risalga ad una prospettiva generale, si può cominciare da studi come quello di Innocenzo Cipolletta, dall'impopolare titolo "In Italia paghiamo troppe tasse? Falso!" (Laterza, 2014). Cipolletta, che è stato anche direttore generale di Confindustria, sostiene sostanzialmente tre cose: che una parte del carico fiscale che percepiamo è in realtà carico contributivo, cioè denaro che ci torna indietro, in pensioni in primo luogo; che la spesa pubblica non è eccessiva, al netto degli interessi sul debito pubblico (la nostra vera palla al piede): infatti, tolti gli interessi passivi, la spesa pubblica italiana è nella media, anzi tutt'altro che spinta, di un punto sotto la media dell'Eurozona (45,2 per cento del Pil, quando i nostri partner spendono in media il 46,8 per cento), e la



spesa per i tanto demonizzati impiegati pubblici è del tutto in media (10,6 per cento contro 10,5).

Cipolletta denuncia, poi, l'ampia evasione fiscale, e quindi l'inefficienza dello Stato nel riscuotere le tasse, un'inefficienza che è la prima spia evidente di un cattivo uso delle risorse pubbliche: del resto, non propone il "pagare meno, pagare tutti", ma la maggiore efficienza nella riscossione dovrebbe aumentare le risorse a disposizione, mentre la spesa pubblica se mai dovrebbe essere resa più efficiente, per avere finalmente un sistema "scandinavo" dove le tasse siano (relativamente) ben sopportate perché i contribuenti-cittadini ne vedono i benefici. A Cipolletta, che ha suscitato anche reazioni irose, ha risposto in toni invece pacati l'economista Pietro Reichlin: che ha osservato che, se è pur vero che gli italiani, al di là delle lamentele diffuse, ricevono buoni livelli di sanità e scuola pubblica, pure il confronto con il gruppo dei Paesi europei che hanno un carico fiscale di alcuni punti inferiore (Germania, come si diceva sopra, ma anche Spagna) ci dice che si possono tra ottimi servizi e pressione fiscale non c'è una corrispondenza così precisa. Inoltre, secondo Reichlin il debito pubblico non è dovuto alle poche entrate, ma a livelli di spesa che sono stati irrealistici rispetto alla ricchezza generale del Paese: l'Italia è scesa in competizione sulla spesa con Paesi più ricchi (come la Francia), senza poterselo permettere.

A questo punto, la scelta però è davvero politica: l'Austria, che ha un livello di tassazione anche superiore al nostro (43,5 per cento) prevede, per esempio, che l'istruzione universitaria sia praticamente gratuita, mentre da noi è prevalso negli ultimi il principio della compartecipazione, con tasse universitarie relativamente elevate e crescenti per reddito. In conclusione, è difficile dare un giudizio oggettivo senza tener fuori opinioni e valori necessariamente differenti: ma la Germania, con il suo minor carico fiscale e i suoi ottimi risultati, ci mette sicuramente in imbarazzo.

Enasc: visita in Australia per incontrare i tanti italiani

Il "nuovo continente" meta di connazionali in cerca di un futuro migliore. Il patronato dell'Unsic sta aiutando i nostri connazionali ad integrarsi.

di CHRISTIAN BATTISTONI

L'Australian Dream è divenuto il nuovo motto per gli tutti gli italiani che cercano lavoro all'estero. Se una volta si sognava la California, ora l'Australia è divenuta la meta preferita dai nostri connazionali e sarebbe un errore dar loro torto.

Secondo i dati dell'Ocse, il continente australiano è il miglior Paese al mondo dove vivere e il secondo Paese dove sarebbe meglio nascere, dopo la Svizzera. Se Melbourne è la città più vivibile del pianeta, tra le prime dieci troviamo Adelaide (sesta), Sydney (settima) e Perth (nona). Un paradiso per qualità di vita e stipendi che non può rimanere indifferente ad un popolo in cerca di fortuna come quello italiano. Un popolo di migranti abituato ad affrontare qualsiasi situazione pur di costruirsi un futuro migliore, anche ad attraversare l'oceano e compiere 24 ore di volo, molto lontani dalla famiglia e dal proprio Paese d'origine. Un popolo meno mammone o

"bamboccione", per utilizzare un'espressione divenuta ormai di uso comune, di quanto si immagini. A dimostrarlo il numero enorme di visti rilasciato ai cittadini italiani dal dipartimento di immigrazione australiano.

Nel 2012, tra turismo, studio, vacanza studio, lavoro, sono stati circa 65mila gli italiani a recarsi in Australia, la maggior parte dei quali con un'età al di sotto dei 30 anni. Il target di chi è partito sembra riflettere le statistiche riguardanti le diverse situazioni di difficoltà nel nostro Paese divise tra classi specifiche di appartenenza quali studenti, laureati, giovani famiglie e professionisti. "Cercatori d'oro" in un Paese che, con i suoi spazi sconfinati e le immense opportunità tra lavoro e vita, di "oro" ne ha tanto da offrire. Basti pensare che dal 2006 al 2010 sono cresciuti dell'80 per cento gli italiani arrivati in Australia con visti di lavoro da 1 ai 4 anni e addirittura del 120 per cento quelli con visto vacanza-lavoro. Una



Da sinistra: Luigi Rosa Teio, direttore dell'Enasc nazionale; Emilia Lucioli, responsabile Enasc di Perth; David Balloni, console italiano a Perth; Salvatore Mamone, presidente dell'Enasc nazionale



Da sinistra: Salvatore Mamone, presidente dell'Enasc nazionale; Emilia Lucioli, responsabile Enasc di Perth; Luigi Rosa Teio, direttore dell'Enasc nazionale

massa di popolazione che ha bisogno di sostegno, oltre che di una forma di appoggio con il Paese di origine che possa favorire l'adattamento nella nuova terra. In quest'ottica una delegazione del patronato Enasc, composta dal presidente Salvatore Mamone e dal direttore Luigi Rosa Teio, ha visitato gli uffici del patronato a Perth e ha incontrato i rappresentanti delle comunità italiane in Australia, in particolare a Melbourne, dove opera il valido Vito Giarrusso, e Sidney. Fin dall'inizio una delle missioni dell'Enasc è stata la tutela dei diritti degli italiani residenti all'estero. L'apertura di uffici di patronato in 12 Paesi esteri dimostra l'importanza che l'Enasc riconosce all'emigrazione, sia quella storica sia quella più recente. Come ribadito negli incontri ufficiali in Australia, "la delegazione del patronato ha rilanciato l'idea di costruire nuovi strumenti per dare tutela globale agli italiani o aziende italiane che intendano trasferirsi fuori dal territorio nazionale. Per questo saranno proposti degli interventi di concerto con il ministro del lavoro e degli esteri in applicazione della legge 152/2001 e del decreto ministeriale 153/2008". Il presidente e il direttore hanno visitato gli uffici di Perth ringraziando la responsabile Emilia Lucioli e il prezioso collaboratore Mario Ferri per il lavoro quotidiano che svolgono in favore dei connazionali, sia pensionati sia giovani che stanno giungendo in massa dall'Italia. "Ha riempito d'orgoglio i vertici dell'Enasc ve-

rificare in modo diretto che l'ufficio di Perth è diventato un punto di riferimento di qualità per i nostri connazionali". L'incontro con il console italiano di Perth, David Balloni, ha confermato l'importanza del ruolo del patronato per la tutela dei diritti degli italiani e del rapporto di collaborazione tra le strutture consolari e gli istituti di patronato. Il console ha riconosciuto il ruolo fondamentale che l'Enasc sta svolgendo a Perth e la straordinario lavoro svolto dalla responsabile Emilia Lucioli.

Il direttore nazionale del patronato e il console si sono confrontati sui servizi di informazione ai giovani italiani che intendano spostarsi nel continente oceanico.

A Melbourne e a Sidney la delegazione di patronato ha incontrato i rappresentanti delle associazioni degli italiani e sono stati individuati i principali interventi da proporre alle istituzioni per tutelare gli italiani e l'italianità. Inoltre, ci sono stati incontri con imprenditori italiani che operano nel Paese dei canguri e delle speranze.

Per quanto il Belpaese saluti a malincuore gli italiani che non avendo né spazio né futuro nel proprio Paese cercano fortuna all'estero, spesso questi si sentono abbandonati e faticano ad integrarsi nel Paese d'arrivo. Associazioni e patronati come l'Enasc cercano di sopperire a questa mancanza fornendo tutto il supporto possibile con l'intento di favorire un'integrazione graduale nel rispetto della propria cultura e delle origini.

L'Unsic all'estero: la sede della Bulgaria

*L'ufficio principale è a Sofia, capitale della Bulgaria.
Il responsabile della struttura è Libero Nazario.*

di DANIELA TORRESETTI



L'Unsic è da sempre attenta a seguire i suoi associati sia nell'interpretazione della normativa che nel vagliare le nuove opportunità offerte dalla Politica agricola comunitaria (Pac).

Per questo si è sentita la necessità di aprire una filiale in Bulgaria, quale risposta agli associati, che hanno già aperto delle aziende agricole in questo Paese europeo, e che hanno chiesto di poter essere assistite nell'integrazione al tessuto produttivo locale con gli strumenti tecnici italiani e le opportunità date dai Fondi europei.

La struttura che è stata realizzata dall'Unsic include delle professionalità che possono raccogliere tutte le informazioni sia tecniche sia progettuali atte ad offrire ai singoli associati, sia bulgari sia italiani, assistenza nell'avviare progetti innovativi e commerciali, nell'ottica di valorizzare la qualità dei prodotti coltivati e trasformati.

L'ufficio principale è a Sofia, capitale della Bulgaria, e il responsabile della struttura è Libero Nazario, un operatore iscritto all'Unsic, esperto della problematica e delle

opportunità della globalizzazione, che basato in Puglia ha trovato delle forti sinergie tecnologiche e di marketing tra gli agricoltori bulgari e quelli italiani.

La filiale Unsic Bulgaria nasce dalla certezza che occorre crescere e innovarsi costantemente, sia per l'agricoltura sia per l'industria, al fine di competere con le problematiche della globalizzazione. Inoltre soltanto migliorando la professionalità e le competenze dei singoli si potrà offrire qualcosa di concreto agli associati. L'offerta iniziale è duplice, infatti si sono avviati da un lato interessanti accordi commerciali per le produzioni agricole bulgare destinate ai mercati europei, e dall'altro le basi per la costituzione di una Organizzazione di Produttori di legumi. L'apertura dell'Unsic verso le esigenze e le opportunità dei soci in altri Paesi europei impegnano diverse risorse, in tutte le Regioni di Italia e non a caso si stanno organizzando i Master in europrogettazione e Internazionalizzazione nella Regione Lazio, grazie al Programma 'Torno Subito'.



Sofia

Mamone (Unsic) su riforma partecipate “Maglie ancora troppo larghe”

L'intervento del presidente Unsic rilanciato dall'agenzia Fidest del 14 aprile 2017.

Venute al mondo, dall'oggi al domani, nell'ormai lontano 1990, con la legge 142, dovevano consentire agli enti locali di svolgere attività pubbliche comportanti l'esercizio d'impresa. Da società strumentali, però, le “partecipate” nella prassi sono diventate aziende in grado di eludere vincoli pubblici, ad esempio assumendo senza concorso o beneficiando di immissioni finanziarie pubbliche.

“Queste aziende, cresciute all'inverosimile in tutta Italia, hanno finito per fare concorrenza ad imprese private o per frenare la modernizzazione, estendendo logiche burocratiche e assistenziali anche al settore imprenditoriale – evidenzia Domenico Mamone, presidente del sindacato autonomo Unsic, che associa oltre 200mila aziende private. “Inoltre le partecipate, drenando risorse pubbliche e spesso sovrapponendosi a competenze già in mano pubblica, hanno pesato sulla pressione fiscale e tariffaria, soprattutto locale, su cittadini e aziende private, finendo per concorrere a disincentivare consumi e investimenti”.

Ora la tormentata riforma Madia, riscritta dopo la bocciatura da parte della Consulta e le osservazioni del Consiglio di Stato, rischia di rappresentare la montagna che partorisce il topolino, secondo Mamone.

“Quando, negli ultimi cinquant'anni, s'è trattato di moltiplicare i centri di spesa – dall'istituzione delle Regioni alla proliferazione delle Province, dall'incremento delle Comunità montane alla nascita delle Authority – le norme sono state varate in un batter d'occhio. Così come le liste delle assunzioni. Oggi che bisogna dolorosamente intervenire sugli enormi sprechi determinati anche dalla propagazione di questi organismi, i tempi per i decreti di taglio sono biblici.

Il caso delle partecipate è emblematico – continua il presidente dell'Unsic. “L'ex premier Renzi nella sua strategia della rottamazione, già nell'aprile 2014 aveva annunciato l'intenzione di volerle ridurre 'da ottomila a mille', dal momento che registravano 'circa un miliardo e mezzo di disavanzo'. Tuttavia la riforma Madia della pubblica



amministrazione, che avrebbe dovuto attuare – almeno in parte – tali intenti, non solo ha rinviato scadenze ed allargato le maglie, ad esempio le aziende con fatturato tra 500mila e un milione di euro non dovranno chiudere subito i battenti, come prevedeva la prima versione del testo, e saranno 'tranquille' almeno fino al 2020, ma permette loro di partecipare a gare anche fuori dal territorio dell'amministrazione proprietaria. Insomma, le partecipate diventeranno più forti e, come sta avvenendo da anni, si perpetua la possibilità che la parte pubblica da arbitro diventi giocatore”. L'articolo è stato lanciato dall'agenzia di stampa Fidest e pubblicato su alcune testate tra cui V-News di Caserta.

Corsi sull'autotrasporto merci accreditato al ministero dei Trasporti

In partenza il primo corso Enuip nell'ambito dell'autotrasporto merci per conto terzi.

di ELISA SFASCIOTTI

È in partenza il corso dell'Enuip, l'ente di formazione dell'Unsic, nell'ambito dell'autotrasporto merci per conto terzi. Il corso prevede una durata complessiva di 150 ore, in cui saranno trattati i seguenti argomenti, secondo il programma accreditato al ministero:

ELEMENTI DI DIRITTO CIVILE

Elementi di diritto civile e cenni sul contratto in generale
Contratto di trasporto delle merci
Contratto di trasporto persone
Contratto di trasporto internazionale di cose su strada (CMR)

ELEMENTI DI DIRITTO COMMERCIALE

Elementi di diritto commerciale

ELEMENTI DI DIRITTO SOCIALE

Rapporto di lavoro
Periodi di guida e riposo
Sicurezza sul lavoro
CCNL (Contratto collettivo nazionale di lavoro) trasporto merci e logistica
Contratti collettivi nazionali di lavoro nel trasporto persone
Unione europea
Diritto internazionale della circolazione stradale e dei trasporti
Attestato di conducente extra UE per l'autotrasporto internazionale di merci per conto terzi

ELEMENTI DI DIRITTO TRIBUTARIO

Imposte in generale
Imposta sul valore aggiunto (IVA)
Tassa automobilistica
Imposta provinciale di trascrizione (IPT) sui veicoli
Pedaggi e diritti di utenza per l'uso di infrastrutture stradali
Tasse di concessione nel settore automobilistico
Agevolazioni fiscali nel settore automobilistico e nell'autotrasporto
Benefici agli autotrasportatori
Iva – Imposta sul valore aggiunto

Pedaggi per uso di infrastrutture stradali internazionali

GESTIONE COMMERCIALE E FINANZIARIA DELL'IMPRESA

Titoli di credito e modi di pagamento
Crediti e finanziamenti
Bilancio aziendale
Organizzazione aziendale nel trasporto di persone e cose
Marketing e comunicazione esterna
Assicurazione per responsabilità civile
Evoluzione dei trasporti e telematica
Tariffe e sostegno finanziario del trasporto pubblico

ACCESSO AL MERCATO

Accesso ed autorizzazione all'esercizio della professione di trasportatore su strada
Requisito dell'onorabilità per l'esercizio della professione di trasportatore su strada
Requisiti di stabilimento e idoneità finanziaria per l'esercizio della professione di trasportatore su strada
Requisito dell'idoneità professionale per l'esercizio della professione di trasportatore su strada
Esami e corsi di formazione per l'attestato di idoneità professionale di trasportatore su strada
Regime amministrativo per l'autotrasporto di merci
Regime amministrativo per l'autotrasporto persone
Ingresso e soggiorno in Italia dei cittadini stranieri
Regime doganale
Autotrasporto internazionale di merci
Trasporto di prodotti soggetti ad accise
Possesso documenti per la circolazione stradale
Autotrasporto internazionale di persone

NORME TECNICHE E GESTIONE TECNICA

Classificazione dei veicoli
Destinazione ed uso dei veicoli
I veicoli
Efficienza dei veicoli e individuazione guasti
Dispositivi e contrassegni dei veicoli professionali

Veicoli per trasporto merci
Operazioni amministrative relative ai veicoli
Operazioni tecniche relative ai veicoli
Revisioni
Dispositivi di equipaggiamento dei veicoli
Gestione dei veicoli per trasporto merci
Organizzazione del trasporto cose
Trasporto rifiuti
Trasporto merci pericolose
Trasporti in regime di temperatura controllata (ATP)
Trasporti di animali
Veicoli eccezionali e trasporti in condizioni di eccezionalità
Masse e dimensioni nel trasporto internazionale
Circolazione all'estero con veicoli immatricolati in Italia

SICUREZZA STRADALE

Guida dei veicoli
Norme di comportamento
Responsabilità connesse alla circolazione stradale e relative sanzioni
Geografia dell'Europa
Il primo corso in partenza sarà realizzato a Milano, al raggiungimento delle 15 iscrizioni.
Prossimamente, si prevede di realizzarlo anche a Latina e in Abruzzo.

Per informazioni e per iscriversi, è possibile contattare la sede nazionale, nella persona di Elisa Sfasciotti, ai seguenti recapiti: (Tel 06 58333803 - E-mail :e.sfasciotti@enuip.it).



Avviso pubblico "Torno Subito 2017" per l'alta formazione in Italia e all'estero

L'iniziativa è rivolta a giovani residenti o domiciliati nella regione Lazio.

di ELISA SFASCIOTTI

È stato emanato dalla Regione Lazio l'avviso pubblico Torno Subito 2017, con il quale la Regione va a finanziare l'acquisto di corsi di alta formazione da parte di giovani residenti o domiciliati all'interno della Regione da almeno sei mesi. L'obiettivo di questa iniziativa è l'acquisizione e il miglioramento di competenze finalizzati alla costruzione di opportunità, per un qualificato inserimento occupazionale nel tessuto produttivo regionale.

L'avviso, nel dettaglio, prevede diverse tipologie di progettualità, ognuna con due fasi:

- la prima, da svolgere fuori dalla Regione Lazio – in Italia o in uno qualsiasi dei Paesi del mondo, prevede la possibilità di frequentare un corso di alta formazione o un master oppure di realizzare una work experience presso un ente/azienda;
- la seconda da svolgere nella regione Lazio, attivando un tirocinio presso un ente/azienda dove reimpiegare le competenze acquisite nella prima fase.

L'Enuip, l'ente di formazione dell'Unsic, si è subito attivato per dare la possibilità ai giovani di cogliere quest'opportunità, con tre proposte corsuali, ognuna delle quali prevede un Master o un corso di alta formazione fuori dalla Regione Lazio, con lo svolgimento di uno stage successivo retribuito di sei mesi, presso strutture, enti o imprese operanti in regione. Inoltre le spese di viaggio, vitto e alloggio sostenute per frequentare il percorso fuori dalla regione saranno rimborsate.

Nel dettaglio le tre proposte Enuip sono:

MASTER IN EUROPROGETTAZIONE E POLITICHE AGRICOLE

- Si tratta di un master di tre mesi che troverà attuazione a Bruxelles – presumibilmente da gennaio 2018 - dove si forniranno i fondamentali conoscitivi sulla programmazione 2014-2020, con un focus specifico sui finanziamenti ed i

programmi destinati al settore agroalimentare, per poi entrare nel merito delle tecniche e metodiche in materia di europrogettazione. Il corso, oltre ad una parte teorica, sarà molto esperienziale con laboratori, esercitazione e project work proprio per trasmettere non solo conoscenze e nozioni, ma anche e soprattutto competenze e know how direttamente spendibili nel settore. Grazie poi allo stage, previsto presso l'Unsic ed il suo network, ma anche presso altre associazioni datoriali ed enti pubblici di settore, i formati potranno consolidare le conoscenze e le competenze acquisite durante il master in un contesto lavorativo reale e specializzato.

MASTER IN INTERNAZIONALIZZAZIONE E RETI D'IMPRESE

- Anche questo secondo master avrà sempre una durata di tre mesi – sempre con inizio probabile a gennaio del prossimo anno - e sarà svolto in Lombardia con il supporto dell'Enuip regionale e la collaborazione del Sistema camerale locale. Il master avrà l'obiettivo di formare i giovani sulle opportunità offerte dalla reti d'impresa, soprattutto se si tratta di PMI, che così possono promuovere investimenti anche significativi, ammortizzando per le spese necessarie nell'ottica dello sviluppo. In tale ottica rientra anche le strategie ai fini dell'internazionalizzazione, ormai resasi necessaria sia per le politiche di globalizzazione che per la crisi economica, che ormai da diverse anni hanno portato una revisione sostanziale delle strategie d'impresa. Anche in questo caso, si prevede lo stage al ritorno nella Regione, per consolidare le conoscenze acquisite precedentemente.

CORSO DI ALTA FORMAZIONE PER ASSISTENTI ALLA COMUNICAZIONE

- Il corso si svolgerà nel Piemonte in collaborazione con un partner consolidato dell'ENUIP, l'Istituto Statale dei Sordi. Il corso avrà una durata di 500 ore e si prevede che le stesse siano spalmate su 6 mesi, proprio per facilitare al meglio la metabolizzazione delle conoscenze acquisite. L'obiettivo è, appunto, quello di formare assistenti alla comunicazione, una figura resa

obbligatoria all'interno del Sistema Scolastico con la Legge quadro sull'handicap 104/92. Difatti questa rappresenta una professionalità con alta garanzia occupazionale, soprattutto nelle realtà scolastiche di ogni ordine e grado, sia pubbliche che private. Lo stage successivo, previsto presso strutture, associazioni, cooperative sociali e scuole, collegate all'Istituto Statale dei Sordi permetterà ai giovani formati di spe-

rimentarsi in un reale contesto di lavoro ed entrare a contatto con professionisti che da anni operano nel settore.

Per maggiori informazioni, sulle proposte cursuali Enuip sull'avviso pubblico "Torno Subito" e per conoscere meglio i dettagli per parteciparvi, contattaci presso la sede nazionale (Tel 06 58333803 - E-mail info@enuip.it).



Piacere, Enuip

L'Enuip è un ente non profit specializzato nella progettazione ed erogazione di percorsi formativi e di orientamento scolastico e professionale, nato nel 2004 come emanazione dell'Unsic – Unione nazionale sindacale imprenditori e coltivatori, associazione datoriale a cui aderiscono circa 156mila imprese italiane. In quanto tale, nasce proprio per rispondere innanzitutto ai fabbisogni formativi delle imprese aderenti, anche se successivamente le proprie aree di attività si sono ampliate, cercando di rispondere alle esigenze della collettività e contribuire al benessere sociale, per gli ambiti di propria competenza.

Al fine di garantire la qualità, l'efficacia ed efficienza progettuale, l'Enuip monitora e valuta i risultati raggiunti – secondo le procedure di qualità certificate – in un'ottica di miglioramento continuo degli interventi in itinere e di quelli successivi sia nelle metodologie, che negli strumenti, materiali e risorse utilizzate. A garanzia della Qualità, dell'Efficienza e dell'Efficacia dei servizi, prodotti e percorsi formativi offerti, l'Enuip ha conseguito la Certificazione di Qualità ISO 9001:2008 – Settore Formazione (A37).

L'Enuip, per lo svolgimento delle sue attività, è accreditato presso:

- Miur, per l'erogazione di percorsi formativi rivolti al personale scolastico;
- Unsc–Presidenza del Consiglio dei Ministri, per la progettazione e gestione di iniziative di Servizio Civile Nazionale;
- Formatemp, per l'erogazione di corsi di formazione per lavoratori atipici;
- Ministero della Giustizia, per la formazione per mediatori e conciliatori.

Fondolavoro: la riunione del consiglio di amministrazione

Approvate istanze di accreditamento di diversi enti attuatori.

di C.P.

Nell'adunanza del 29 marzo 2017, il Consiglio di amministrazione di Fondolavoro, fondo interprofessionale nazionale per la formazione continua, ha approvato l'istanza di accreditamento degli enti attuatori "Ka.Fra. Consulenza e Servizi s.a.s.", "Proforma s.r.l.s.", "Tecnoscuola s.r.l." e "SEM s.r.l.", iscritti all'albo con i numeri da 87 a 90. Sono stati, inoltre, deliberati gli accreditamenti dei revisori legali Salvatore Pollio, Enrico Pepe, Salvatore Signorino Gelo, Giuseppe Esposito, Massimiliano Tuccio, Tito Antonio Giuffrida e Nunzio Zuppardo, iscritti all'albo con i numeri da 107 a 113. Altresì, il Consiglio ha accolto le istanze di finanziamento dei piani formativi "Safety update 2017", presentato dall'ente attuatore "Da.Dif. Consulting s.r.l."; "Insieme per la sicurezza", presentato dall'ente attuatore "ASV s.r.l."; "Strategie per competere", presentato dall'ente attuatore "Tutor Group s.r.l."; "Sicuramente", presentato dall'ente attuatore "Associazione S.A.R.A."; "Piano inerente la sicurezza nei luoghi di lavoro con particolare riferimento agli addetti operanti nel sociale", presentato dall'ente attuatore "GIMA s.r.l.". Il Consiglio, infine, ha approvato il rendiconto del piano formativo "Il marketing nella piccola e media impresa" presentato dall'ente attuatore "Tutor Group s.r.l.", le attività propedeutiche d'informazione e comunicazione e assistenza tecnica nell'anno 2017 e il contratto per la pulizia uffici della sede sociale.

PERCHE SCEGLIERE FONDOLAVORO

- Circa il 70 per cento delle aziende italiane non versano contributi in alcun fondo Interprofessionale e sprecano così la quota dello 0,30 per cento dei contributi versati all'Inps (il "contributo obbligatorio per la disoccupazione involontaria"), che potrebbero invece destinare alla formazione gratuita per la propria azienda.

Tutti gli enti beneficiari possono liberamente scegliere a quale Fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua aderire, senza limitazioni rispetto a dimensione, territorio o settore d'appartenenza.



Fondolavoro

Fondo Paritetico Interprofessionale Nazionale
per la Formazione Continua
delle Micro, Piccole, Medie e Grandi Imprese

BASTA MEDITARE...
Scegli **Fondolavoro**
per far **crescere**
la tua **impresa!**

In questo scenario Fondolavoro risulta essere un fondo veloce ed agile sul mercato, pronto a venire incontro alle esigenze degli stakeholder (professionisti, aziende, enti di formazione) che ne fanno parte.

Fondolavoro inoltre prevede la possibilità di finanziare Piani formativi finalizzati alla sola formazione obbligatoria e consente tutte le tipologie formative consentite, dalla Formazione a distanza, a quella blended, passando per formazione on the Job ed in aula.

Inoltre i nostri staff di esperti guideranno gli enti attuatori garantendo un pieno supporto alla creazione e presentazione dei Piani formativi, fornendo inoltre assistenza tecnica alla realizzazione e rendicontazione delle attività.



ENTE NAZIONALE UNSIC
ISTRUZIONE PROFESSIONALE



Ministero della Giustizia



Corsi di formazione ed aggiornamento per **Amministratori di Condominio**

Ai sensi del Regolamento Ministeriale n. 140/2014

CHI È L'AMMINISTRATORE DI CONDOMINIO

La professione dell'Amministratore di Condominio è stata inquadrata dalla normativa attuale come un "gestore" ufficiale dei beni comuni, proprie per le problematiche che solo attraverso un approccio professionale e competente possono essere risolte. Così per regolamentare la figura dell'amministratore di condominio, non solo si sono previste diverse disposizioni normative, ma è stata anche introdotta l'obbligatorietà della formazione e dell'aggiornamento professionale per chi volesse svolgerla.

I REQUISITI PER SVOLGERE LA PROFESSIONE

1. Aver frequentato un corso di formazione per amministratori di condominio riconosciuto e – ai fini del mantenimento dell'idoneità – frequentare percorsi di aggiornamento annuali;
2. Avere il godimento dei diritti civili;
3. Non essere stati condannati per delitti contro la P.A., l'amministrazione della giustizia, la fede pubblica, il patrimonio o per altro delitto non colposo per il quale la legge commina la reclusione tra i 2 e i 5 anni;
4. Non essere stati sottoposti a misure di prevenzione divenute definitive, salvo che non sia intervenuta la riabilitazione;
5. Non essere stati interdetti o inabilitati;
6. Non essere annotati nell'elenco dei protesti cambiari;
7. Aver conseguito il diploma di scuola secondaria di secondo grado.

MODALITÀ DI EROGAZIONE DEL CORSO

I corsi prevedono una metodologia formativa blended (mista aula/eLearning), dando la possibilità ai corsisti di organizzarsi in maniera autonoma, seguendo i percorsi formativi in linea con le proprie necessità.

*** Al termine del corso, si prevede un esame finale, superato il quale verrà rilasciato l'attestato di idoneità**

COSTI – I corsi abilitanti di 72 ore prevedono un costo di 450 euro

Per gli operatori o collaboratori del Sistema UNSIC, si prevede un costo scontato di 400 euro

Per Info: Tel 06 58333803 – info@enuip.it



ENUIP – ENTE NAZIONALE UNSIC ISTRUZIONE PROFESSIONALE

Via Angelo Bargini, 78 • 00153 • Roma

Tel +39 06 58333803 • Fax 06 5817414

www.enuip.it



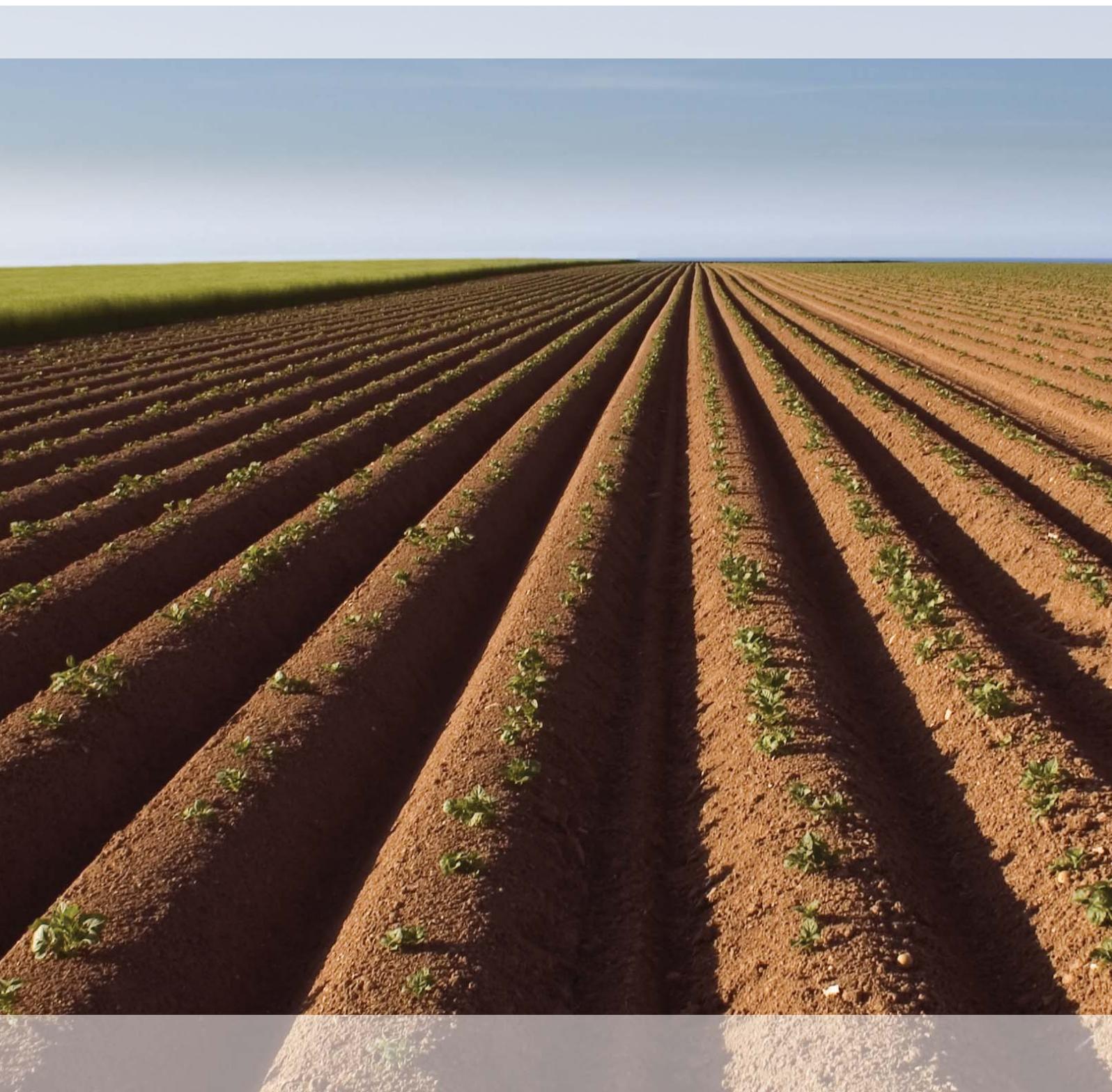
@enuip



@enuipformazione



Unione Nazionale Sindacale
Imprenditori e Coltivatori



UNSIc

Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori

Via Angelo Bargoni, 78 – 00153 Roma

Tel 06 58333803 – Fax 06 5817414

www.unsic.it – info@unsic.it