



VICTOR CIUFFA
Editore
Direttore responsabile

Vice Direttore
Romina Ciuffa

Direttore Marketing
Giosetta Ciuffa

Direttore R.E. e Comunicazione
Paola Nardella

Consulenza fotografica Lino Nanni

Direzione e redazione
Amministrazione e pubblicità:
Roma: Via Rasella 139, 00187
Tel. (06) 482.11.50 - 482.11.52
Telefax (06) 485.964
e-mail: specchioeconomico@iol.it
http://www.specchioeconomico.com
http://www.victorciuffa.com

**HANNO SCRITTO PER
SPECCHIO ECONOMICO**

- ◆ Ernesto Auci
- ◆ Giorgio Benvenuto
- ◆ Ettore Bernabei
- ◆ Giorgio Bernini
- ◆ Pier Luigi Bersani
- ◆ Giorgio Bertoni
- ◆ Leonzio Borea
- ◆ Luca Borgomeo
- ◆ Umberto Cairo
- ◆ Gildo Campesato
- ◆ Fausto Capalbo
- ◆ Sergio M. Carbone
- ◆ Salvatore Cardinale
- ◆ Nazzareno Cardinali
- ◆ Elio Catania
- ◆ Claudio Claudiani
- ◆ Romualdo Coviello
- ◆ Cesare Cursi
- ◆ Massimo D'Alema
- ◆ Sergio D'Antoni
- ◆ Viviana D'Isa
- ◆ Dario De Marchi
- ◆ Cesare De Piccoli
- ◆ Maurizio de Tilla
- ◆ Antonio Di Pietro
- ◆ Massimiliano Dona
- ◆ Piero Fassino
- ◆ Cosimo Maria Ferri
- ◆ Domenico Fisichella
- ◆ Ilario Floresta
- ◆ Giorgio Fozzati
- ◆ Antonio Gambino
- ◆ Silvio Garattini
- ◆ Antonio Ghirelli
- ◆ Pier F. Guarguaglini
- ◆ Cesare Imbriani
- ◆ Pietro Larizza
- ◆ Costantino Lauria
- ◆ Luigi Locatelli
- ◆ Alessandro Luciano
- ◆ Antonio Marini
- ◆ Antonio Martusciello
- ◆ Antonio Marzano
- ◆ Giulio Mazzocchi
- ◆ Luigi Mazzella
- ◆ Alberto Mazzuca
- ◆ Vittorio Mele
- ◆ Mario Morcone
- ◆ Alberto Mucci
- ◆ Nerio Nesi
- ◆ Michele Nones
- ◆ Giancarlo Pagliarini
- ◆ Claudio Petruccioli
- ◆ Nicoletta Picchio
- ◆ Fabio Picciolini
- ◆ Serena Purarelli
- ◆ Silvano Rizza
- ◆ Pierfilippo Roggero
- ◆ Anneli Rukko
- ◆ Stefano Saletti
- ◆ Carlo Salvatore
- ◆ Angelo Sanza
- ◆ Enzo Savarese
- ◆ Luigi Scimia
- ◆ Tiziano Treu
- ◆ Lanfranco Turci
- ◆ Adolfo Urso
- ◆ Domenico B. Valentini
- ◆ Mario Valducci
- ◆ Francesco Verderami
- ◆ Gustavo Visentini
- ◆ Vincenzo Vita

ANNA MARIA CIUFFA
Amministratore unico
Direttore editoriale



5

**L'ITALIA
ALLO SPECCHIO**
di Victor Ciuffa

8

**RAFFAELE FITTO: AVANTI
IL FEDERALISMO, CON LE NUOVE GENERAZIONI**
intervista al ministro per i Rapporti con le Regioni

12

BENIAMINO QUINTIERI: SHANGHAI 2010, il personaggio del mese
UNA GRANDE OPPORTUNITÀ
intervista al Commissario generale per l'Expo Universale

16

**GIAMPIERO CANTONI:
DIFESA ED ECONOMIA, RIDEFINIRE LE REGOLE**
intervista al presidente della Commissione Difesa del Senato

20

**GIANNI ZONIN: POP DI VICENZA, UTILI
SACRIFICATI PER AIUTARE LE PICCOLE IMPRESE**
intervista al presidente della Banca Popolare di Vicenza



24

**GIANCARLO LAURINI: IL NOTAIO
DI OGGI, GARANTE DI LEGALITÀ**
intervista al presidente del Notariato

Già notevole negli anni 90, l'impegno dei notai è più pesante per la presenza di una selva di norme spesso di difficile interpretazione, di un tessuto urbanistico disordinato, di una legislazione incomprensibile



28

**SERGIO SILVESTRINI: CNA, STOP
A SPRECHI, PER RIDURRE LE TASSE**
intervista al Segretario generale della CNA

L'avvio e la gestione di un'impresa comporta spesso consistenti spese disincentivanti: gli adempimenti a carico dei piccoli imprenditori sono sproporzionati rispetto a quelli che gravano sulla grande impresa



31

**CLAUDIO CLAUDIANI: TRASPORTI,
ASSENTE LA STRATEGIA COMPLESSIVA**
intervista al Segretario generale della FIT

L'alta velocità ha liberato rotaie e linee ma se non si interconnettono restano sottoutilizzate; il trasporto pubblico locale è svolto da aziende comunali che non sempre hanno brillato per la loro gestione

34

**MANOVRA. TASSE OCCULTE
ED EFFETTI ROVINOSI PER IL REDDITO FISSO**
Giorgio Benvenuto, presidente della Fondazione Buozzi



36

**MARIO RESCA: COSÌ ABBIAMO
RIPORTATO GLI ITALIANI NEI MUSEI**
intervista al direttore per la Valorizzazione

Nonostante la crisi, a meno di un anno dall'istituzione della Direzione per la valorizzazione dei Beni culturali la cosiddetta «formula Resca», dal nome del suo titolare, sta fornendo soddisfacenti risultati positivi

38

**TECNOLOGIE E MERCATO.
OGGI CONTANO LE COSE, NON PIÙ LE PERSONE**
di Maurizio de Tilla, presidente dell'OUA

SERGIO SILVESTRINI: CNA, STOP A SPRECHI E INEFFICIENZE PER RIDURRE LA PRESSIONE FISCALE

L'avvio e la gestione di un'impresa comporta consistenti spese spesso disincentivanti; gli adempimenti a carico di piccoli imprenditori sono sproporzionati tuttavia, rispetto alla grande impresa, specializzazione, qualità e flessibilità offrono all'artigiano e al piccolo imprenditore il vantaggio della riconoscibilità e dell'originalità

**Sergio Silvestrini,
Segretario generale
della Confederazione
Nazionale dell'Artigianato**

Un vero esercito se si pensa che conta circa 670 mila associati: è la CNA, la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa. Oltre la metà di questi associati, precisamente 370 mila, sono imprenditori artigiani, 20 mila sono industrie, 30 mila microimprese, 20 mila le forme del lavoro autonomo e 230 mila gli ex imprenditori non più in attività. Una massa e quindi una forza non solo numerica, ma soprattutto economica, dal momento che la maggior parte dei suoi iscritti, ovvero gli artigiani, sono coloro che provvedono a risol-



vere ogni giorno i piccoli e grandi problemi che si presentano ai singoli, alle famiglie, alle aziende, alla collettività. Chi li guida in tante battaglie contro il fisco, il carovita, le difficoltà imposte dalla burocrazia, è Sergio Silvestrini che, nato a Sassoferrato presso Ancona, ha operato sempre

all'interno della Confederazione, fino a diventarne, il 12 marzo del 2008, Segretario generale.

Domanda. Quali imprese rappresenta la CNA e in quale modo?

Risposta. Da oltre 60 anni essa rappresenta e tutela gli interessi delle imprese artigiane, delle piccole e medie

imprese e di tutte le forme del lavoro autonomo. Opera ogni giorno per valorizzare queste categorie di lavoratori, proponendosi come partner per lo sviluppo e promuovendone il progresso economico e sociale. Questo compito si svolge attraverso un'organizzazione strutturata e diffusa, con 1.200 sedi, 9 mila dipendenti, un sistema di società che offre servizi integrati e consulenze personalizzate alle imprese, una struttura moderna che fornisce agli associati assistenza, formazione e soluzioni innovative.

D. Qual è il modello di relazioni sindacali usato oggi nell'artigianato?

R. È un modello semplice: dedicare la massima attenzione alle necessità concrete delle imprese e dei lavoratori. La CNA opera in due distinti livelli, quello nazionale e quello territoriale. In questo modo è stato possibile indirizzare il sistema contrattuale verso norme effettivamente utili ai fabbisogni produttivi delle aziende e al giusto riconoscimento economico per i lavoratori. Non nascondo che un prezioso aiuto è giunto dal forte radicamento territoriale della CNA, un fattore che consente di cogliere le reali condizioni del lavoro nelle imprese. Svolge un'azione quotidiana che mantiene sempre, come prospettiva, la dimensione nazionale di ogni atto. La CNA crede infatti che vada garantita una base di tutele comune in ogni parte del Paese, nonostante le evidenti disparità di ordine sociale ed economico tra una regione e l'altra. Anche per questo abbiamo voluto strutturare il sistema delle relazioni sindacali all'interno del comparto dell'artigianato e delle piccole e medie imprese nel modo migliore e per farlo insieme ai sindacati e alle altre organizzazioni abbiamo esteso il diritto alle prestazioni erogate dagli enti bilaterali regionali e nazionale a tutti i lavoratori del settore.

D. Impiantare un'impresa artigianale comporta spese spesso non ripagate dal mercato: in che modo una piccola impresa può farsi strada tra grandi società e grandi gruppi?

R. L'avvio e la gestione di un'impresa comporta un consistente investimento finanziario che spesso agisce da vero e proprio elemento disincentivante. I costi per gli adempimenti che gravano sui potenziali piccoli imprenditori sono sproporzionati, e per questo la CNA è impegnata in più fronti affinché, anche attraverso la semplificazione delle procedure, si determini una diminuzione complessiva degli oneri. È evidente poi che la competizione con i grandi gruppi industriali, sul piano sia della gestione che della distribuzione, diventa insostenibile se il piccolo imprenditore non riesce a puntare su al-

Nell'Unione Europea le norme sull'artigianato sono di competenza degli Stati membri e per l'Italia anche delle Regioni; con tali premesse appare difficile giustificare una normativa comune ed esclusivamente europea per l'esercizio dell'attività artigiana

cuni elementi distintivi che gli consentono di giocare questa partita su piani totalmente diversi. Mi riferisco a valori come la specializzazione, la qualità e la flessibilità che, rispetto alla grande impresa, offrono all'artigiano e al piccolo imprenditore il beneficio di un vantaggio che si traduce in riconoscibilità e originalità. Per questo occorre puntare sulla flessibilità e sulla qualificazione del prodotto, che permettono una maggiore aderenza alle necessità degli utenti, si tratti sia di consumatori finali che di grande impresa.

D. Debito pubblico crescente, prodotto interno stagnante. In questa situazione quale via è proposta dalla CNA per salvare le imprese all'interno della più grande riforma fiscale?

R. In questa situazione la riforma fiscale potrà portare benefici alle imprese solamente se, in primo luogo, solleciterà lo Stato, nella sua accezione più ampia, all'efficienza nella gestione della cosa pubblica. La riduzione della pressione fiscale risulta concreta e consistente se si comincia a ridurre con energia sprechi e inefficienze nell'apparato burocratico dello Stato. Questa possibilità, nell'ambito della riforma fiscale applicata in senso federale, ritengo possa concretarsi solamente se vengono interpretati bene i due punti centrali della legge sul federalismo fiscale: l'applicazione, a livello nazionale, dei costi standard e la diretta riferibilità del tributo locale al servizio prestato dall'ente territoriale dello Stato. Solo in questo modo si possono creare le premesse per una riduzione della pressione fiscale che, comunque, avverrà nel medio-lungo periodo. Ma da qualche parte si deve assolutamente cominciare. La vera riforma fiscale deve partire dai costi standard.

D. In che modo l'Europa incide sulle nostre imprese artigianali? Trat-

tandosi di aziende strettamente collegate al territorio e al tipo di attività, è plausibile una normativa comune?

R. Le normative dell'artigianato nell'Unione Europea, con il vigente Trattato di Lisbona, sono di competenza degli Stati membri e per l'Italia, secondo quanto prevede la nostra Costituzione, anche delle Regioni. Con tali premesse appare difficile giustificare politicamente una normativa comune, ed esclusivamente europea, per l'esercizio dell'attività artigiana, anche se vi sono stati alcuni tentativi che potevano avere un effetto simile, ad esempio, nell'ambito dell'esercizio del «diritto di stabilimento» nel Mercato Unico, per i regimi di aiuti di Stato, per la normativa sulla concorrenza, per la definizione di piccole e medie imprese. Lo Small business Act europeo approvato dal Consiglio d'Europa nel 2008 aveva forse l'obiettivo di istituire un quadro giuridico comune delle imprese, senza esservi riuscito in sostanza fino ad oggi, anche se si stanno compiendo, sia a livello europeo che di singoli Paesi, sforzi affinché ciò accada.

D. Un'alleanza dei piccoli, così è stata definita Rete Imprese Italia: di cosa si tratta e che vantaggi può portare all'economia delle piccole e medie imprese?

R. Ritengo Rete Imprese Italia un soggetto di rappresentanza indispensabile per il nostro Paese. Un passaggio inevitabile che colloca, all'interno del panorama economico e sociale italiano, un elemento capace di imprimere forza negoziale e rappresentativa a una porzione maggioritaria del nostro sistema produttivo. Ricordo che il 98 per cento delle nostre aziende rientra nella categoria delle piccole e medie. Quello a cui abbiamo assistito il 10 maggio 2010, data di nascita ufficiale del nuovo soggetto, ha rappresentato l'atto finale di un processo avviato già 4 anni fa. Il dialogo tra le associazioni del «Patto del Capranica» non si è mai interrotto. Questo processo è confluito nella nascita di Rete Imprese Italia, che presenta numeri di tutto rispetto: 2,5 milioni di imprese associate rappresentanti i settori dell'artigianato, del commercio, dell'impresa diffusa e dei servizi, che impiegano oltre 14 milioni di addetti per un fatturato di 817 miliardi di euro. Oggi chiediamo con maggior vigore un cambio di prospettiva, che tenga conto dei problemi veri dell'area più produttiva del Paese. È il momento di mettere mano a quelle riforme non più rinviabili su fisco, ammortizzatori sociali e burocrazia che contribuiscano a farci uscire rapidamente dal tunnel della crisi.

D. Le piccole e medie imprese risentono di più della congiuntura economica negativa. In che rapporto si trovano con le banche?

R. Quello con gli istituti di credito è un dialogo che, nonostante le evidenti difficoltà che hanno caratterizzato il periodo di picco della crisi economica, non è mai cessato. Certo, abbiamo registrato la posizione di estrema riluttanza di molte banche nel venire incontro alle necessità di credito delle piccole imprese alle prese con il rischio di chiusura, e per questo abbiamo sottoscritto alcuni accordi che potessero facilitare la concessione degli affidamenti. Ancora oggi la fetta più ampia delle erogazioni riguarda la grande industria e l'accesso al credito per le piccole e medie imprese rimane ancora pieno di intralci. Per questo, abbiamo invitato gli istituti di credito ad ascoltare l'invito del governatore della Banca d'Italia Mario Draghi, che ha richiamato il principio di prossimità che le banche devono applicare con le piccole imprese; banche più vicine al territorio, quindi maggiormente ragionevoli nel discernere il valore imprenditoriale e produttivo di un'azienda, anche quando gli indicatori economici di base non dovessero giocare tutti a suo favore.

D. Quali sono i settori che hanno

partivano da una situazione di difficoltà precedente all'insorgere della crisi, il cui arrivo ha imposto, se non un vero e proprio stop, quanto meno un netto ridimensionamento in termini di investimenti strutturali e per l'innovazione. Questo ha determinato difficoltà evidenti per le piccole

«**O**ccorre sostenere la produttività delle imprese, aiutarle nell'accesso a nuovi mercati, spingerle verso l'internazionalizzazione. La politica deve creare le condizioni più idonee perché questo processo si inneschi. Per esempio, consentendo loro di partecipare ad appalti pubblici, premiando l'innovazione e la ricerca ecc.»

me gli ammortizzatori sociali o anche la revisione dei criteri selettivi per l'accesso al credito. Il 2010 richiede provvedimenti di sostegno alla produttività delle imprese, aiuti per l'accesso a nuovi mercati, una spinta decisa all'internazionalizzazione. La politica ha il compito di creare le condizioni più idonee, dal punto di vista giuridico e amministrativo, perché questo processo si inneschi. Un esempio? Rivedendo le soglie per permettere, nel caso di appalti pubblici, anche ai piccoli di partecipare, oppure istituendo sistemi premianti automatici per le imprese che usano la leva dell'innovazione e della ricerca per approdare con maggiore forza commerciale nei mercati esteri.

D. Formazione, apprendistato e apprendimento per migliorare la competenza: sono davvero utili i corsi all'interno delle imprese?

R. Competenza e professionalità non rappresentano mai un peso, ma un'opportunità. Ogni sforzo compiuto per elevare la qualificazione professionale degli operatori delle imprese è ripagato in termini di produttività, attenzione alla qualità, visibilità. Gli investimenti che anche noi sosteniamo per promuovere la realizzazione di programmi formativi all'interno delle imprese consentono un continuo aggiornamento delle abilità lavorative, a tutti i livelli, operativi, amministrativi e gestionali. Il futuro si fonda sulla capacità delle imprese di rinnovarsi, e la formazione è uno strumento fondamentale per raggiungere questo obiettivo.

D. Il made in Italy è destinato a ridimensionarsi o a mantenersi valido comunque a prescindere dalle conseguenze, vista la sua originalità?

R. Il made in Italy è un valore che, soprattutto con riferimento alle produzioni di nicchia o di alta qualità, si rivela elemento di promozione indiscutibile, difficile da sostituire. Oltretutto, con i recenti provvedimenti diretti a disciplinare rigorosamente l'uso di questo marchio legandolo al concetto di tracciabilità, e quindi di tutela di tutte le fasi produttive, si è cercato di sostenere ogni fase produttiva, di aiutare anche le imprese dell'indotto e quelle che lavorano le materie prime. In sintesi si può dire che il made in Italy riunisce e rappresenta un sistema di imprese capaci di innovare nel solco di una tradizione riconosciuta universalmente, in cui l'artigianalità e la manodopera specializzata svolgono un ruolo fondamentale, rendendo questo brand nazionale un vero e proprio marchio di garanzia a tutela e per la sopravvivenza di molti artigiani e di tante piccole e medie imprese. ■



Ogni comparto produttivo ha risentito della recessione

sofferto e soffrono per la crisi?

R. In generale ogni comparto produttivo ha risentito della recessione, anche perché inevitabilmente molti settori sono interdipendenti. La manifattura e la meccanica hanno subito ripercussioni pesanti, con cali vertiginosi degli ordinativi e la conseguente mancanza di liquidità che ha messo gravemente a rischio i livelli occupazionali. Un altro settore falciato dalla crisi è stato quello edile, con un tasso di chiusura di imprese preoccupante. Non posso sottacere tuttavia che molti di questi comparti

imprese che fanno della flessibilità produttiva un valore aggiunto fondamentale, attraverso il quale poter rispondere sollecitamente alle richieste dei mercati che stanno registrando qualche segno significativo di ripresa.

D. Quali sono i bisogni reali di un'impresa, piccola o media, nel 2010? Quale politica industriale è più confacente ad esse?

R. La crisi, nel 2009, ha imposto il ricorso a misure d'emergenza capaci di contenere i contraccolpi economici sulle imprese e sui lavoratori, co-