

# RASSEGNA STAMPA

# RASSEGNA STAMPA



**22 marzo2007**



A cura dell'Ufficio stampa  
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

di Simona Poli



Le radici restano, ma si pensa in grande: come cambiano i sistemi produttivi locali

# Distretti "glocal" La sfida delle idee

Gabriele Morelli,  
segretario  
generale di Cna  
Emilia-Romagna



Punto di forza,  
"la capacità di creare  
la conoscenza"  
Resta da risolvere  
il gap organizzativo

**C**elebrati in passato come unico modello esistente e divenuti per alcuni inadeguati di fronte alle sfide della globalizzazione, oggi i distretti emiliano-romagnoli dimostrano di aver resistito alla crisi e di recuperare terreno, cambiando pelle.

Si globalizzano e diventano più immateriali, sono chiamati "sistemi produttivi locali" ma continuano ad essere la risposta tipica della piccola impresa per competere al meglio.

Ne è convinto Gabriele Morelli, segretario generale di Cna Emilia-Romagna, che ha recentemente presentato i risultati di due progetti: D.E.S.K. (District and local system Enhancement trough Sharing Knowledge) e Change (Competenze per il cambiamento nei distretti e nei sistemi produttivi locali), finanziati dalla Regione attraverso i Fondi strutturali europei. Circa un milione e mezzo di euro in tre anni

per individuare le conoscenze, le competenze e i bisogni di 700 imprese insediate in 9 sistemi produttivi della regione: il biomedicale di Mirandola, la plastica di Correggio, il packaging della Val d'Enza, la ceramica di Sassuolo, il tessile di Carpi, il calzaturiero di Fusignano e del Rubicone, le filiere della nautica di Ferrara, Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini e dell'Automotive Ducati del bolognese. Il lavoro di analisi su questi distretti condotto dalla Cna regionale è stato pubblicato nel volume di Franco Angeli "Sistemi produttivi locali in Emilia Romagna".

"L'elemento nuovo della ricerca - afferma Gabriele Morelli - sta nella lettura dei distretti dal punto di vista dell'economia della conoscenza, quindi di quanto i fattori immateriali della Net and Knowledge economy sono detenuti da imprese e territori e di come incidono sulla competizione". Sistema relazionale e capacità di creazione della conoscenza sono i due indicatori che hanno permesso di cogliere i punti di forza e di debolezza di ogni

impresa, e gli elementi di rilancio dei distretti, che risultano per fatturato assai diversificati al loro interno. Guardando ai bilanci 2003, si va infatti dai 2.012.686 euro medi per azienda del calzaturiero di Fusignano, a 1.574.462 della ceramica, da 1.257.331 della nautica ai 92.561 del biomedicale; fino ai 71.437.000 euro dell'automotive che ha registrato il più forte incremento rispetto al 1999 (38,85%). In questo quadro, la percentuale di fatturato dedicata all'innovazione, è in crescita; gli investimenti effettuati rappresentano il 10% per l'automotive, con un incremento di quasi il 5% rispetto al 1999. Anche i distretti della ceramica, calzaturiero del Rubicone, tessile e packaging, investono oltre il 4%. In ciascun sistema produttivo è cresciuta dal 1999 al 2003, la quota media, con variazioni che vanno da 0,20 punti percentuali del distretto del packaging a 4,55 punti percentuali della filiera dell'automotive. L'innovazione di prodotto risulta relativamente alta, anche se la composizione del portafoglio prodotti

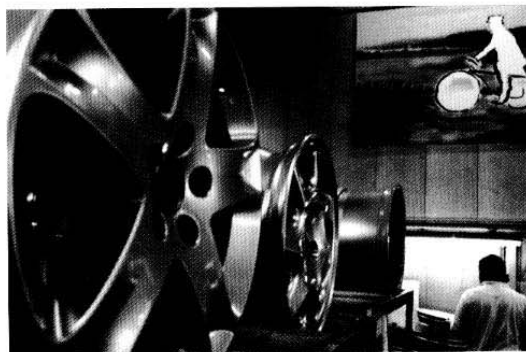
in base alla loro età è diversa per distretto.

Si tratta, secondo l'analisi Cna, di sistemi produttivi dove, senza perdere le radici nel territorio, si evolvono filiere che rafforzano ulteriormente la già elevata vocazione all'export e si agganciano a operatori e luoghi lontani. Filiere che, partendo dal distretto locale, si spingono a cercare fornitori, servizi, competenze e appoggi commerciali a scala più ampia, creando nei fatti piattaforme produttive allargate. In questa evoluzione si accresce il contenuto immateriale dell'attività e dei conseguenti investimenti. Nelle filiere globali entrano gli specialisti che producono conoscenza e la mettono al servizio degli altri operatori: specialisti in progettazione e design, logistica e commercializzazione, marchi e tutela della proprietà intellettuale, contrattualistica internazionale.

È in sostanza su questo terreno che si gioca la capacità competitiva dei distretti, visto che, spiega Morelli, nelle reti si vendono idee e servizi, non solo prodotti e lavorazioni: "Diventa quindi estremamente importante sviluppare la capacità organizzativa delle aziende. Esistono imprese superdotate tecnologicamente che non sono in grado di acquisire modelli organizzativi moderni ed efficienti. Ad esempio non fanno piani di marketing, magari non riuscendo a mantenere un investimento nel tempo. Da qui il grosso margine di manovra dei sistemi produttivi locali, soprattutto nel miglioramento della gestione e dell'organizzazione". Il tutto, conclude Morelli, senza perdere quei nuclei di "industria intelligente" che possono continuare a competere con i cinesi perché usano conoscenze che non stanno nelle macchine e nel software, ma nella testa della gente e nei circuiti culturali e comportamentali della società locale.

Le ragioni di questo gap organizzativo, sostiene la Cna, sono attribuibili in parte anche ai meccanismi di incentivazione, che fino ad ora hanno premiato chi comprava nuove macchine e attrezzature speciali. Ma oggi che i fattori compe-

titivi divengono immateriali emerge, secondo Cna, la necessità di attivare nuovi meccanismi di incentivazione non solo sui terreni dell'innovazione e della ricerca, ma anche sul tema dell'adattabilità di lavoratori, imprese e imprenditori, promuovendo attività di adeguamento e assetto organizzativo delle imprese, favorendo la creazione di nuove professionalità nel campo dei servizi alle imprese, con particolare riferimento alla gestione e al trasferimento della conoscenza ■



## **IL PROGETTO**

### Nuovi servizi per gli imprenditori del packaging **"Change", il futuro della Val d'Enza**

■ Un centro risorse che si configura come un broker con le competenze per coordinare le strutture esistenti sul territorio, raccogliere le richieste delle aziende e trovare le soluzioni ai problemi". Mirco Pisi della Cna Val d'Enza descrive così, il nuovo soggetto che nascerà nel distretto, frutto del progetto Change (Competenze per il cambiamento nei distretti e nei sistemi produttivi locali), che ha individuato la necessità per il distretto industriale del packaging della Val d'Enza di un punto di riferimento in grado di coordinare un tessuto ricco di soggetti forti, attivi e operanti ma che spesso corrono da soli.

Situato a cavallo fra Reggio e Parma, il distretto fonde la tradizione meccanica reggiana con la produzione alimentare parmense, dando vita ad una filiera di circa 458 aziende che operano nella fabbricazione di attrezzature per la meccanizzazione e l'automazione delle imprese alimentari e del packaging. Un'area caratterizzata dalla presenza di istituzioni forti come gli assessorati alle attività produttive dei 9 comuni e dell'Istituto Scolastico Superiore della Val d'Enza Silvio D'Arzo, che in questi anni per rispondere alle esigenze del distretto ha attivato nuovi indirizzi di studio nella meccanica e nell'elettronica passando da 500 a mille studenti iscritti. Il progetto Change ha costituito tavoli di incontro tra questi soggetti e le imprese arrivando a siglare a dicembre un protocollo d'in-

tesa per la creazione di un Centro risorse, di fatto è già operante. "Il centro sfrutta l'esistente - spiega Pisi - mettendolo a sistema; infatti avrà sede nei locali dell'Istituto scolastico dove si costituirà un centro documentale che si avvarrà delle competenze Cna per quanto riguarda l'osservatorio permanente, implementando un lavoro di ricerca con il supporto di 120 imprenditori che hanno sottoscritto il protocollo".

Un esempio dei servizi del nuovo centro risorse, sono i piani di sviluppo per singole aziende o gruppi - network marketing - con analoghe esigenze appartenenti al distretto della Val d'Enza. Una delle prime necessità manifestate dalle stesse imprese - specie quelle medio-piccole, senza le necessarie risorse e competenze per approntare un efficace piano marketing - entrare in nuovi mercati. Come Asotec srl, 30 dipendenti e un milione e ottocento mila euro di fatturato che progetta macchine riempitrici ed etichettatrici. "In questi anni siamo cresciuti - spiega il proprietario Luigi Povesi - e avevamo bisogno di passare da una metodologia empirica a metodi di marketing professionali. Dopo un'attenta analisi, i consulenti Cna hanno orientato il piano di sviluppo sul mercato nazionale, dove c'erano ancora margini di penetrazione, ma soprattutto, cosa più importante, siamo venuti a contatto con metodi e strumenti professionali che non conosceavamo" ■

## La confederazione rappresenterà i panificatori romani Sì dei fornai alla Cna Assopanificatori: un'intesa sinergica

DI ENRICO GRIMELLI

I fornai romani puntano sulla Cna. La storica Associazione panificatori di Roma e provincia, costituita il 18 ottobre 1944 e da sempre l'organizzazione sindacale datoriale di riferimento dei fornai dell'hinterland capitolino, ha scelto infatti la Cna come riferimento politico sindacale sul territorio (fermo restando la propria adesione alla Federazione italiana panificatori, panificatori/pasticceri e affini, a livello nazionale).

L'accordo fra la Cna e l'Assopanificatori prevede, così, un'integrazione tra i servizi offerti alle imprese, permettendo ai panificatori, molti dei quali artigiani, di accedere ai servizi e alle opportunità offerte dalla Cna e alla stessa Assopanificatori di vedere rafforzato il proprio ruolo di rappresentanza della categoria potendosi avvalere, a livello locale, dell'appoggio della confederazione dell'artigianato.

«È stata una scelta dettata dalle mutate esigenze e dalla ricerca di dare ai nostri iscritti sempre maggiore assistenza in una logica nuova di fare sindacato», spiega il presidente dei panificatori Bernardino Bartocci. «La Cna è l'organizzazione che meglio soddisfa i fabbisogni delle nostre realtà perché rappresenta le aziende artigianali, capace quindi di saper leggere e dare risposte alle molteplici problematiche delle nostre attività con assistenza e servizi adeguati.

L'orgoglio di essere panificatori e la nostra storia trovano sicuramente una corretta collocazione in questo nuovo contesto, e siamo certi di poter sviluppare insieme, in modo sinergico, una mappa di



Prevista un'integrazione tra i servizi offerti alle imprese

interventi e iniziative a favore della categoria che rappresenta».

Grande soddisfazione per l'intesa è stata espressa anche dalla Cna.

«La confederazione è impegnata nel rafforzamento della rappresentanza dell'artigianato e della piccola e media impresa», spiega Danilo Martorelli, presidente della Cna di Roma, «e questo accordo va in questa direzione.

Siamo convinti che il ruolo economico e sociale di queste imprese possa trovare il giusto riconoscimento da parte delle istituzioni se sapremo procedere in maniera sempre più unita in un processo di aggregazione delle rappresentanze oggi esistenti».

La sede dell'Assopanificatori è ora a Roma, in via Ostiense 131/L, nello stesso palazzo ove ha sede la Cna di Roma. (riproduzione riservata)

## Nuova edizione a Ravenna del volume Artigiani a fumetti con Panebarco

DI PIER PAOLO MAGNANI

Daniele Panebarco racconta a fumetti la storia dell'artigianato. Si intitola *La grande avventura dell'artigianato* il volume illustrato dal grande disegnatore che la Cna di Ravenna ha consegnato a tutti gli studenti delle scuole medie della provincia.

Il volumetto, pubblicato in collaborazione con il Consorzio Ctf di Faenza, è rivolto in particolare modo alle giovani generazioni, per far conoscere e comprendere la realtà dell'artigianato. A distanza di 20 anni (le prime due edizioni furono realizzate in occasione del 40° anniversario della Cna ravennate) il libro è ancora di straordinaria attualità, tant'è che è stata realizzata la terza edizione, distribuita in 10 mila copie.

«Il successo del fumetto», affermano nella prefazione Mauro Cassani e Natalino Gigante, rispettivamente presidente e direttore della confederazione, «è stato per noi motivo di grande soddisfazione: un successo che è andato ben oltre ogni ottimistica previsione e che ci impegna in questa nuova edizione per la diffusione dei valori dell'artigianato e della

cultura di impresa fra i giovani. Se questo fumetto ha riscontrato tanta attenzione tra gli studenti, riteniamo sia dovuto in larga parte, oltre che alla bravura di Panebarco e alla funzione che il fumetto ha oggi come strumento di comunicazione, anche a una rinnovata sensibilità verso attività che stimolano la capacità creativa dell'individuo, esaltandone le doti migliori. *La grande avventura dell'artigianato* ha saputo, nella sua semplicità e immediatezza, ripercorrere fatti, avvenimenti e momenti importanti dove l'artigianato è indiscusso protagonista. Passaggi della storia dove da sempre l'artigiano è stato portatore di valori di libertà, democrazia e cultura del lavoro. Ci auguriamo che questa nuova edizione possa contribuire ad ampliare ulteriormente l'interesse verso l'artigianato, stimolare l'attenzione dei giovani verso nuove forme di imprenditorialità, far crescere l'attenzione delle istituzioni affinché si sviluppino sempre nuovi progetti e programmi di qualificazione e crescita per le imprese».

Sfogliando le pagine del fumetto si ripercorrono, così, sul filo dell'Ironia, le tappe della storia dell'uomo nel mondo del lavoro, in un messaggio che esalta i valori della creatività, dell'impegno e dello sviluppo tecnologico.

Panebarco, che da poco tempo ha ricominciato a disegnare dopo una lunga esperienza nel campo del multimediale, ha affermato che *La grande avventura dell'artigianato*, uno degli ultimi fumetti da lui ideati, è stato anche uno dei titoli meglio riusciti, di cui va fiero anche se, ammette, non è stato un lavoro facile in quanto, non essendo un ambito dove era possibile reperire testi scritti, è stato costretto a «fare una ricerca incrociata che però», ha concluso, «mi ha arricchito molto». (riproduzione riservata)

## Vantaggi per chi sceglie il solare termico

DI ENZO LEONARDI

Tutto sui vantaggi fiscali per chi sceglie l'energia del solare termico. Venerdì prossimo, 30 marzo, alle ore 15, presso la sala riunioni di Villa Recalcati in piazza Libertà, a Varese, si svolgerà il convegno dal titolo «Il solare termico: convenienza e applicazione», che illustrerà le novità di interesse per il settore dell'edilizia e dell'impiantistica. L'appuntamento è ricco di interesse per chi vuole approfittare degli incentivi offerti dalla manovra economica e, al tempo stesso, optare per una forma energetica non inquinante.

Il programma prevede, dopo il saluto da parte dell'assessore provinciale alla tutela am-

biennale Francesco Pintus, le relazioni di Cristian Rossato (EcoDomus Italia) dal titolo «Sistemi solari termici: studio per la realizzazione di nuovi concetti nell'impiego dei componenti del sistema, Scenario e opportunità», di Alberto Bernini, della regione Lombardia, che parlerà di energie rinnovabili nel territorio locale, e di Antonio Mandredini (Sisthema engineering srl di Brescia), che esporrà la relazione dal titolo «Attestato di qualificazione energetica e certificazione energetica; detrazione fiscale 55%; legge finanziaria 2007 e dlgs n. 311/06». L'incontro sarà coordinato da Gianni Binaghi, vice presidente Installazione e impianti di Cna Varese. (riproduzione riservata)

Il 25 marzo ricorrenza della firma dei Trattati che diedero vita alla nascita di Cee ed Euratom

# Le pmi celebrano 50 anni d'Europa

## Ma serve da parte dell'Unione una politica di riconoscimento

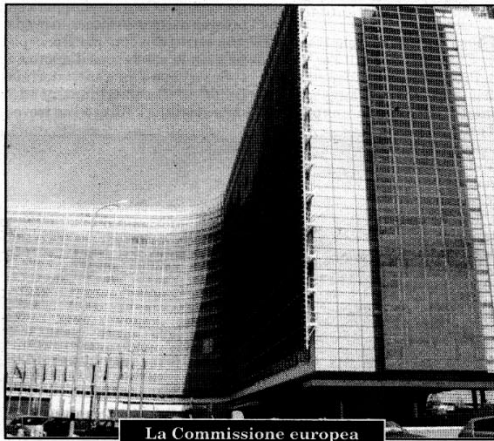
DI GIORGIO PANSARDI

I Trattati di Roma festeggiano mezzo secolo. Domenica prossima ricorrono, infatti, i 50 anni della cerimonia di firma degli accordi che diedero vita alla Comunità economica europea e alla Comunità dell'energia atomica. Una scommessa, quella di puntare sull'Europa, a cui la Cna puntò da subito con entusiasmo: la confederazione, infatti, fu una delle prime associazioni ad aprire un ufficio a Bruxelles.

«Gli artigiani compresero immediatamente che l'Europa era un ambito di mercato, dove anche le pmi potevano incrementare il loro valore e il loro potenziale economico», afferma a *ItaliaOggi* il presidente della Cna, **Ivan Malavasi**. «Per questo l'anniversario di domenica riveste per noi un'importanza molto significativa».

L'impegno delle piccole e medie imprese è sempre stato molto intenso negli anni per cercare di vedere riconosciuto in ambito internazionale il proprio ruolo di protagonisti determinanti dell'economia, anche transnazionale. Una sfida certo non facile, ma che ha registrato vittorie importanti. Negli anni Novanta, così, le pmi hanno portato avanti, a livello europeo, una strategia che ha rivendicato la legittimità di una politica ad hoc da parte dell'Ue.

«Ricordo che la realtà europea è composta da oltre 20 milioni di pmi, con oltre 60 milioni di addetti: una realtà che dà loro importanti diritti, ma che non toglie che restino ancora importanti elementi di vulnerabilità ancora da risolvere», aggiunge **Claudio Cappellini**, responsabile relazioni comunitarie Cna nazionale. «Ecco perché noi ci aspettiamo dagli stati membri un maggiore dinamismo per rafforzare la portata degli interventi dell'Ue: perché istituzioni deboli significano an-



La Commissione europea

che un indebolimento delle politiche a favore delle pmi. Serve, pertanto, un processo decisionale più trasparente e semplificato».

Oggi le pmi, grazie all'Ueapme, godono di una rappresentanza europea, una voce unica con cui avanzare le proprie istanze. Il primo obiettivo in agenda, allora, è vedersi riconosciute come protagoniste indispensabili nel dialogo sociale europeo.

«Il ruolo che oggi svolgiamo, sempre di più, ci vede come un importante soggetto di semplificazione e sviluppo dell'intero processo comunitario. Per questo abbiamo dato vita a una Carta europea delle piccole imprese 2000, un documento però che stenta ancora a trovare il giusto riconoscimento istituzionale», aggiunge Cappellini. «Per questo, in linea generale, auspichiamo un maggior dinamismo e il rilancio di una politica commerciale europea a trattati vigenti che, pur procedendo nel cammino delle liberalizza-

zioni, tenga conto degli effettivi impatti di queste politiche su settori cardine come, per esempio, quello dell'energia. È paradossale, infatti, che si liberalizzi, da una parte, e dall'altra i costi di accesso alle fonti energetiche non siano sostenibili da tutti e permangano condizioni di oligopolio. Dall'Europa ci aspettiamo, nei fatti, che gli stati membri diano nuovo impulso alle piccole imprese, riconoscendo il loro ruolo di produttore di lavoro, occupazione, dinamismo e flessibilità». Saranno queste le rivendicazioni che le pmi avanzeranno nella Conferenza europea dell'artigianato, che si terrà a Stoccarda, i prossimi 16 e 17 aprile, alla presenza del cancelliere tedesco Angela Merkel. (riproduzione riservata)

## Giovani stilisti, vetrina a Rimini

DI LUIGI SANTI

Rimini Fiera si prepara ad accogliere le giovani promesse della moda italiana. In collaborazione con Cna Federmoda, infatti, in occasione di First Alternative, il salone semestrale in programma dal 30 giugno al 2 luglio prossimi, ecco la terza edizione di UnderThree, l'evento che si propone di essere il punto d'incontro naturale per tutti i giovani creativi: una manifestazione interamente dedicata a coloro che hanno intrapreso, negli ultimi tre anni, un'attività all'interno del comparto moda/stile e, insieme, una possibilità di visibilità per gli stilisti che vogliono mettere in mostra le proprie creazioni di fronte a esperti, stampa e buyer.

La moda è uno dei punti di forza dell'economia italiana, uno dei settori in cui il prodotto è sempre stato maggiormente esaltato. Oggi, il comparto è composto di innumerevoli aziende di ogni dimensione: dai grandi nomi alle piccole e medio-piccole imprese sparse su tutto il territorio e in molti si affacciano su un mercato altamente competitivo che premia, in particolar modo, coloro che sanno centrare il proprio target di riferimento con un prodotto che incontra il favore del pubblico. Tuttavia, la visibilità di un giovane stilista non sempre viene valorizzata come dovrebbe e poche sono le vere occasioni di sostegno all'intrapresa produttiva.

Cna Federmoda da sempre dedica particolare attenzione ai giovani e attraverso diverse iniziative ha integrato la propria azione creando occasioni di incontro e

confronto con questo universo, operando per integrare il mondo della scuola con il mondo delle imprese e per supportare l'iniziativa imprenditoriale nel settore.

Per tali motivi, Cna Federmoda, contestualmente all'edizione 2006 di Riccione Moda Italia - Rmi - Ricerca moda innovazione, organizzò la prima edizione di Under Three, fiera interamente dedicata a tutti i creativi che hanno intrapreso, negli ultimi tre anni, un'attività all'interno del comparto moda/stile e che vogliono mettere in mostra le proprie creazioni di fronte a un pubblico di esperti, di stampa e di buyer.

L'iniziativa ha da subito riscosso un grande interesse da parte dei media e degli operatori del settore, anche grazie all'avvio da parte di Rimini Fiera di First-Alternative, il salone semestrale dedicato alle nuove tendenze del mercato moda e del made in Italy uomo-donna. I giovani creativi interessati, che non hanno ancora presentato domanda di partecipazione, possono inviare la scheda reperibile presso la segreteria di Cna Federmoda. Una commissione tecnica costituita da esperti del settore selezionerà le aziende ammesse alla partecipazione.

Ogni azienda avrà a disposizione uno spazio espositivo di 12 mq con un unico contributo di partecipazione di 490 euro più Iva (affitto area delimitata, allacciamento elettrico base, 1 kw, copertura di assicurazione, iscrizione a catalogo, 1 tessera parcheggio, 2 badges espositori, imposta pubblicitaria comunale). (riproduzione riservata)

ECONOMIA E IMPRESA  
italiaoggi@cna.it  
www.cna.it

LA FUSIONE CON CONFINDUSTRIA

# Dalle piccole imprese un secco 'no' alla Artoni

## Gropi: «E la ripresa poggia sulle nostre spalle»

— BOLOGNA —

**SÌ, C'È LA RIPRESA**, ma... ognuno parli per sé. Gli orizzonti finalmente rosei per l'impresa emiliano-romagnola non placano gli animi dei piccoli, anzi.

Il tema della discordia è sempre lo stesso: il progetto di fusione delle piccole-medie imprese con quelle più grandi. Se Anna Maria Artoni, presidente di Confindustria Emilia Romagna, si è augurata martedì, commentando la ripresa economica, che la fusione a Bologna tra associazione industriali e Api (piccole imprese) non sia che l'inizio di un «domino» con altre realtà provinciali, pronte a imitare l'esempio del capoluogo, Silvano

**SCETTICI  
L'Api  
di Rimini:  
«Pensarci  
bene»**

Gropi, presidente Unionapi (unione regionale piccole e medie imprese), replica seccamente, interpretando oltretutto in modo diverso i dati

positivi sulla congiuntura economica raccolti da Unioncamere.

«Credo — afferma Gropi — che non si possa nascondere che l'autonomia delle rappresentanze è una condizione di pluralità e di democrazia che non può essere banalizzata da una propaganda facile e fumosa, che trova terreno fertile quando manca un vero momento di confronto».

Poi arriva la stoccata sui meriti della ripresa «che va attribuita agli sforzi della piccola e media industria la quale rappresenta l'ossatura del sistema economico della regione, su cui poggia anche la crescita della grande industria, che sa di contare su un indotto variegato e di qualità».



Insomma, chi tira la carretta dello sviluppo sono le «piccole e medie» non le «grandi». Ma la polemica di Gropi non si ferma qui, anzi si fa

preoccupata quando fa riferimento alle parole di Andrea Trombini, presidente degli industriali di Ravenna sulla fusione di Bologna, che aveva detto «il richiamo viene da Roma e le operazioni sono in corso per creare un sistema territoriale integrato». Apriti cielo. «Ci chiediamo — dice Gropi — quale sia questo sistema e a quali principi si ispiri. Quello della semplificazione delle rappresentanze per piccole e medie imprese, così da vedere in Confindustria il solo e unico interlocutore di tutto il Paese? Mi pare chiaro a questo punto che siamo lontani dalla tutela e dagli interessi delle Pmi e che il progetto di fusione di Api Bologna in

Confindustria si configuri come un gioco di poteri e di potere che sta investendo in maniera strumentale le piccole medie imprese bolognesi». Sul progetto di fusione bolognese giunge anche un diplomatico scettico commento da Alessandro Rapone, direttore Api Rimini: «È necessaria una riflessione. Api e industriali Bologna

hanno loro caratteristiche. Ad esempio Api ha una dimensione e un'importanza pari se non maggiore a quella degli industriali, ma in altre realtà, bisognerà stare attenti che questo processo non porti a una marginalizzazione dell'Api».

a. gold.

## CIVITAVECCHIA, CAPOLUOGO DI CROCIERA.

Da aprile Costa Victoria parte da Civitavecchia, per sette giorni da sogno verso il Mediterraneo più bello. Correte in agenzia. Per chi parte entro metà giugno i collegamenti bus per Civitavecchia sono gratis.



Listini da € 969\*

PRENOTA SUBITO da €

### COSTA VICTORIA

7 giorni verso Catania, Patmos, Mykonos, Smirne, Santorini. Partenza tutti i lunedì dal 30 aprile al 5 novembre.

7 giorni verso Catania, Tunisi, Gabes e Malta. Partenza tutti i lunedì dal 21 maggio al 15 ottobre.



www.costa.it

800-532853

\*I prezzi indicati si riferiscono alle partenze di Costa Victoria del 30 aprile, 21 e 28 maggio. Prezzi per persona in cabina doppia, escluse tasse portuali e quota di servizio. La tariffa PrenotaSubito ha una disponibilità limitata. Il Miglior Prezzo In Agenzia di Viaggi. I ragazzi (massimo 2) fino a 18 anni gratis in cabina con due adulti, escluse 6 e 13 agosto in cui pagano euro portuali e quota di servizio escluse.

Il Comune replica a Cna e Confartigianato, che avevano lamentato la difficoltà per le imprese di sostenere i costi della sperimentazione

# «Tariffa rifiuti, aumenti a causa dei costi di smaltimento»

«Il porta a porta incide per un 2% e le utenze non domestiche non hanno subito variazioni di rilievo»

**B**otta e risposta tra Comune e associazioni Cna e Confartigianato, che avevano attaccato la raccolta domiciliare dei rifiuti accusandola di essere responsabile dell'aumento della tariffa rifiuti.

Riguardo a questa tariffa l'amministrazione comunale ha ribadito in una nota l'impegno a favore delle famiglie. «Nel 2006 non è stata prevista alcuna variazione nella tariffa rifiuti, se non corrispondente al tasso di inflazione (1,7-2,5%), e in misura decrescente secondo il numero di componenti della famiglia. L'aumento del

Ulteriori incrementi sono dovuti all'introduzione di nuovi servizi (isole ecologiche), o agevolazioni sociali, o incremento delle aree verdi

6,2% previsto da Enia per il Comune di Reggio quale differenza tra il 2006 e il 2007 - si legge ancora nella nota - è dovuto per il 4% all'incremento del costo di smaltimento deciso da Ato, nonché al tasso di inflazione che viene "spalmato" in modo equo tra utenze domestiche e non domestiche.

Per quanto riguarda ulteriori incrementi tariffari dovuti all'intro-

duzione di nuovi servizi o agevolazioni sociali, il Porta a porta incide tra l'uno e il due per cento.

Inoltre le utenze non domestiche (tra cui quelle del sistema produttivo), negli ultimi quattro anni hanno subito variazioni decisamente inferiori rispetto alle domestiche, e che proprio nel 2006 sono state oggetto di riequilibrio.

Per quanto riguarda ulteriori incrementi tariffari, questi sono anche dovuti all'introduzione di nuovi servizi (isole ecologiche), o agevolazioni sociali, o incremento delle aree verdi. Come ribadito dall'Ad di Enia Ivan Strozzi, per raggiungere gli obiettivi di legge europei non vi è che il sistema domiciliare e, a fronte di maggiori investimenti iniziali, anche con l'introduzione della tariffa puntuale, vi saranno poi minori spese e maggiori introiti dovuti alla raccolta differenziata».

«E comunque - conclude la no-

ta - il sempre maggior costo di smaltimento dei rifiuti renderà economico e inevitabile un incremento della raccolta differenziata che, come la maggioranza che amministra il Comune ha indicato, dovrà raggiungere obiettivi ambiziosi: fino al 70%. È bene ricordare che attualmente è attivo un servizio porta a porta dedicato alle imprese ed alle attività commerciali nel centro storico con la raccolta porta a porta dei cartoni, inserito nel sistema complessivo della gestione dei rifiuti del Comune di Reggio».



# Porta a porta, replica agli artigiani: «Incide solo per un euro a testa»

## Intanto Assindustria e Cisl chiedono la tariffa puntuale

di **MATTEO INCERTI**

**T**ARIFFA dei rifiuti e 'porta a porta', si infiamma il dibattito. Come se non bastasse le firme di 7000 cittadini favorevoli alla domiciliare e lo spettro di un referendum promosso dai contrari.

**IL COMUNE** con l'assessore all'ambiente Pinuccia Montanari replica a Cna e Confartigianato spiegando che "l'aumento della tariffa rifiuti è dovuto per il 4% ai maggiori costi di smaltimento decisi da Ato in tutti i Comuni e solo in una quota che varia tra l'1-2% al porta a porta". Siamo intorno a un euro a testa all'anno per la raccolta domiciliare.

**ASSINDUSTRIA** intanto, tramite il responsabile ambiente Enrico Buoncuore, e la Cisl con il segretario Giuseppe Pagani, chiedono di introdurre nel dibattito la possibilità di passare alla 'tariffa puntuale', punto di arrivo dei sistemi di raccolta domiciliare che premia gli utenti che più differenziano.

«**L'AUMENTO MEDIO** del 6,2% delle tariffe, previsto per Reggio - spiega l'assessore Montanari - è dovuto per il 4% all'incremento del costo di smaltimento deciso da Ato ed applicato in tutti i comuni, nonché al tasso di inflazione che viene 'spalmato' in modo equo tra utenze domestiche e non domesti-

che». Il porta a porta? «Incide tra l'1 e il 2% circa». Alla Cna e a Confartigianato l'assessore dice che «le utenze non domestiche hanno avuto negli anni aumenti inferiori rispetto a quelle domestiche: solo nel 2006 c'è stato un riequilibrio».

**LO SCORSO ANNO** «le utenze non domestiche avevano avuto un aumento dell'8% (+2% le famiglie), ma nel 2002 le non domestiche avevano avuto un aumento dello 0,5% (+5,3% invece le famiglie), nel 2003 dello 0,3% (+4,4% le famiglie), nel 2004 +4,7% (+9% famiglie), +0,9% 2005 (+3,5% famiglie)».

**LA MONTANARI** dice che «con l'introduzione della tariffa puntuale ci saranno in futuro minori spe-

se e maggiori introiti dalla differenziata. Inoltre il sempre maggior costo di smaltimento dei rifiuti non riciclati renderà economico ed inevitabile l'incremento della differenziata fino al 70%».

**IL COMUNE** cita esempi di aumenti medi nel 2007. «Un single pagherà 5 euro in più all'anno, fi-

no al massimo di 14,38 euro in più all'anno per nuclei di più di 6 componenti». Tra le utenze non domestiche gli aumenti per «banchi di mercato saranno di 2 euro all'anno, per parrucchiere, barbieri, estetisti 10 euro, per idraulici, fabbri, elettricisti 23 euro, per uffici, agenzie, studi professionali 17 euro, carrozzerie, elettrauti, officine 45 euro, per banchi mercato generi alimentari 7 euro».

**INTANTO ASSINDUSTRIA** e Cisl gettano un sasso nello stagno chiedendo l'introduzione della "tariffa puntuale", cioè pagare in base a quanto si manda a smaltimento premiando il riciclaggio, come si fa ad esempio in provincia di Treviso. Il tema è stato introdotto nel corso di una riunione in Comune da Enrico Buoncuore di Assindustria. «Ho chiesto di iniziare a mettere sul tavolo di discussione il tema della tariffa puntuale - spiega -, fa parte del principio comunitario del "chi inquina paga" e le nostre imprese fanno già il porta a porta con sistemi dedicati. Per le industrie sarebbe ottimale, l'importante però è che rimanga invariata la parte fissa della tariffa». Chiede l'estensione del porta a porta e la tariffa puntuale anche Giuseppe Pagani della Cisl: «Bisogna andare all'estensione provinciale - dice -, la tariffa puntuale è un discorso di buon senso che premia sia i cittadini che le imprese più virtuose».



**L'INIZIO**  
Una foto del giorno di inizio del porta a porta nella 7ª circoscrizione

**Pagina 7**

