



Artigianato & Impresa

Anno X - n. 6 • Giugno 2023

PERIODICO MENSILE A CARATTERE SOCIO-POLITICO, SINDACALE E CULTURALE



LA CRISI NON TOCCA LE IMPRESE STRANIERE



ARTIGIANATO
E PMI

Le 22 leggi
fondamentali
del marketing



AGENZIA
DELLE ENTRATE

Nuove partite iva?
Aumentano le verifiche preventive
e si inaspriscono le sanzioni



AGRICOLTURA

La filiera agricola
romagnola travolta
dall'alluvione



ARTIGIANATO & IMPRESA

Periodico mensile
a carattere socio-politico,
sindacale e culturale

Anno X n. 6 - giugno 2023

CONTATTI:

-  CILA Nazionale
-  Artigianato&Impresa
-  @CILA_Nazionale
-  Cila Nazionale
Cila Nazionale

www.cilanazionale.org
www.alaroma.it
www.consorziocase.com
www.ispanazionale.org
www.uils.it

consulenza@cilanazionale.org
comunicazione@cilanazionale.org



Artigianato & Impresa

EDITORE

Federazione Regionale dell'Artigianato del Lazio

DIRETTORE RESPONSABILE

Massimo Filippo Marciano

PROPRIETARIO

Antonino Gasparo

COORDINATRICE DI REDAZIONE

Francesca Minieri

REDAZIONE

Alessio Celletti
Gabriella Cerulli
Lorenzo Cuzzani
Aurora Montioni
Flavia Murabito

GRAFICA & IMPAGINAZIONE

Lucilla Rosati

STAMPA

Stampato in proprio in
Via Sant'Agata dei Goti, 4 - 00184 - Roma

DIREZIONE E REDAZIONE

Via Baccina, 59 - 00184 Roma
tel.: 06 699 233 30 - fax: 06 679 7661

Registrazione Tribunale di Roma N° 298
del 12/12/2013

Gli articoli e le note firmati (da collaboratori esterni ovvero ottenuti previa autorizzazione) esprimono soltanto l'opinione dell'autore e non impegnano la C.I.L.A. e/o la redazione del periodico. L'editore declina ogni responsabilità per possibili errori od omissioni, nonché per eventuali danni derivanti dall'uso dell'informazione e dei messaggi pubblicitari contenuti nella rivista.

INDICE

• Artigianato & Impresa | Anno X | n. 6 | giugno 2023 •



EDITORIALE

LA CRISI NON TOCCA
LE IMPRESE STRANIERE
.....5



AGENZIE DELLE ENTRATE

NUOVE PARTITE IVA?
AUMENTANO
LE VERIFICHE PREVENTIVE
E SI INASPRISCONO
LE SANZIONI
..... 6

ARTIGIANATO E PMI

LE 22 LEGGI
FONDAMENTALI
DEL MARKETING
.....8



LA RETE FA IL PESCE/2
.....12



SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ
LIMITATA SEMPLIFICATA E
A CAPITALE RIDOTTO IN
ITALIA
.....14



MODO FRODI 2023 - COME
TUTELARSI DI FRONTE AL
MARKETING SELVAGGIO
E ALLE SOCIETÀ CARTIERE?
(PRIMA PARTE)
.....16



TUTELARSI DI FRONTE
AL MARKETING SELVAGGIO
E ALLE SOCIETÀ CARTIERE?
(SECONDA PARTE)
.....18

ENERGIE RINNOVABILI
- QUANTO CONVIENE
INVESTIRE NEL GREEN
ER LE IMPRESE?
.....20

LE PMI NELLA DIFFICILE
SITUAZIONE POST
PANDEMICA. I RINCARI
DEL 2023 SONO
GIUSTIFICATI?
.....22

DAL MONDO AUDIOVISIVO
ALL'ARTIGIANATO: FINO
A 75 MILIONI DI EURO
PER CHI INVESTE SUI
PRODOTTI GREEN
.....24

AGRICOLTURA

LA FILIERA AGRICOLA
ROMAGNOLA TRAVOLTA
DALL'ALLUVIONE
.....26

I NOSTRI CONTATTI SOCIAL



A.L.A.
Associazione
Lavoratori
Artigiani
Roma e Provincia

Per la tutela di persone e imprese

Consulenza gratuita

Consulenza bancaria e finanziaria, legale, fiscale, immobiliare, verifica e revisione in ordine alla vigente normativa di legge su: mutui, finanziamenti, prestiti di banche e finanziarie, cessioni del quinto, conti correnti.

Servizi contabilità

- Assistenza fiscale;
- Dichiarazione dei redditi;
- Elaborazione buste paga;
- Iscrizioni, cancellazioni e variazioni IVA;
- INPS, INAIL, CCIAA;
- Albo artigiani.
- Compilazione MODELLO 730;
- Compilazione MODELLO UNICO;
- Calcolo IMU + TASI;
- Colf e Badanti.

Consulenza su

- Locazioni, affitti, comodati;
 - Successioni ereditarie;
 - Divisioni di immobili;
 - Responsabilità medica;
 - Normativa condominiale;
- Contratti telefono, gas, energia;
 - Cartelle esattoriali;
- Opposizione e decreti ingiuntivi e pignoramenti;
- Costituzione di società, contributi a fondo perduto e agevolazioni regionali e nazionali, finanziamenti e contributi ad aziende agricole (piano di sviluppo rurale);
 - Formazione e sicurezza.

Assistenza per la mediazione nella risoluzione di controversie civili e commerciali.

Microcredito sociale fino a massimo 4.000 euro.

LA CRISI NON TOCCA LE IMPRESE STRANIERE



Editoriale
di Antonino Gasparo
Presidente UILS

In controtendenza rispetto al bilancio negativo delle aziende italiane (meno 50.00 unità nel 2013) il saldo delle imprese gestite da stranieri è più che positivo. Su 6.061.960 imprese operanti in Italia nel 2013, 497.080 sono condotte da imprenditori nati all'estero, ovvero l'8,2% del totale. Di queste, quasi il 94% è di esclusiva conduzione straniera. Per imprese straniere si intendono quelle aziende dove il 50% o più delle quote di proprietà è in mano ad imprenditori non nati in Italia, ciò sta a significare che gli stranieri tendono a costruire da soli la propria azienda oppure insieme a connazionali.

Rispetto al 2011, le imprese gestite da immigrati sono aumentate del 9,5%. I settori in cui l'incremento è stato maggiore sono alberghi e ristoranti (+18,5%), servizi (+17,4%) e commercio (+12,1%). Il settore con il maggior numero di imprese condotte da stranieri è il commercio, con più di 175mila aziende, seguono le costruzioni, con oltre 126mila imprese e i servizi, con più di 104mila unità produttive. Un dato ancora più importante se confrontato con quello sconcertante delle imprese italiane: le aziende straniere reggono meglio la crisi e creano ricchezza. Infatti, in Italia le 497.000 imprese condotte da stranieri contribuiscono con 85 miliardi di euro alla creazione del 6,1% del valore aggiunto nazionale.

Mentre la politica ancora discute di ius soli e di flussi migratori centinaia di immigrati aprono



aziende, assumono (3 milioni di italiani lavorano per loro) e versano alle casse dell'Inps circa 10 miliardi di euro l'anno. Come al solito la società civile è sempre un passo avanti rispetto alla politica, e nonostante le difficoltà che le imprese straniere, come quelle italiane, riscontrano: dalla burocrazia, alla tassazione improponibile, decidono di investire e arricchire il nostro paese. La Cila, incentiva e sostiene con i suoi servizi e consulenze tutte le attività imprenditoriali, nella ferma convinzione che l'integrazione passi anche attraverso l'imprenditoria. Un paese che incoraggia gli immigrati, e non, a migliorare la propria condizione lavorativa attraverso la creazione di imprese che generano ricchezza è un Paese che ha un futuro.

IN ARRIVO MISURE DI CONTRASTO ALLE FRODI FISCALI

NUOVE PARTITE IVA? AUMENTANO LE VERIFICHE PREVENTIVE E SI INASPRISCONO LE SANZIONI

L'Amministrazione finanziaria definisce criteri, termini e modalità di attuazione dei controlli indirizzati ai soggetti che avviano un'attività di lavoro autonomo o di impresa, sia nella forma individuale che in quella collettiva.



Il provvedimento delle Entrate n.156803/2023 del 16 maggio ha stabilito, secondo quanto previsto dalla legge di Bilancio 2023, il potenziamento degli strumenti di analisi del rischio, nonché di selezione e di verifica connessi al rilascio di partite IVA.

L'Amministrazione finanziaria auspica, ampliando le attuali

tipologie di controlli e accessi, di arginare il discusso fenomeno dell'apri e chiudi che si sostanzia nella creazione di società a responsabilità limitata semplificata (SRLS) o di ditte individuali, contraddistinte da ridotti periodi di operatività o brevi cicli di vita.

Queste ultime sono spesso responsabili di frodi fiscali, dal

momento che vengono costituite da soggetti che cessano la loro attività poco tempo dopo la data d'avvio, con il solo scopo di non assolvere gli obblighi dichiarativi e di versamento delle imposte.

Tali misure riguardano anche le partite IVA esistenti che, dopo un periodo di inattività o in conseguenza di cambiamenti dell'oggetto o della struttura, riprendo-

no a operare con profili di rischio di evasione.

L'Agenzia, basandosi sull'enorme quantità di dati a sua disposizione e su *database* pubblici o privati e grazie alle risultanze delle ispezioni della Guardia di Finanza presso negozi fisici e aziende, dovrà espletare analisi del rischio connesso all'attribuzione delle partite IVA.

In questo modo, attraverso controlli preventivi si dovrebbe bloccare sul nascere ogni criticità, verificando la correttezza dei dati forniti per un'identificazione ai fini IVA.

Le Entrate dovranno considerare:

- 1) elementi di rischio riguardanti la posizione tributaria del titolare della partita IVA, con particolare attenzione alle gravi o sistematiche infrazioni delle norme fiscali;
- 2) elementi di rischio riferibili al titolare della ditta individuale, al lavoratore autonomo o al rappresentante legale di società, associazione o ente, con o senza personalità giuridica. In questo caso specifico, l'Amministrazione finanziaria si concentrerà non soltanto sulla presenza di criticità nel profilo tributario ed economico del soggetto, ma anche sulla mancanza dei criteri di imprenditorialità, nonché di professionale e abituale esercizio dell'attività dello stesso;
- 3) elementi di rischio connessi al tipo e al modo di svolgimento dell'attività, rispetto ad anomalie economico-contabili nell'e-

spletamento della medesima, strumentali a gravi o sistematiche condotte evasive.

Queste analisi acquisiscono un'importanza fondamentale, soprattutto perché, secondo recenti stime, nell'ultimo triennio sarebbero più di mezzo milione le partite IVA false, con un incremento di oltre 100.000 unità a confronto con le precedenti rilevazioni.

Cosa accadrà ai titolari di partite IVA che presentano tali elementi di rischio?

Costoro, dopo aver ricevuto uno specifico invito con l'indicazione dei profili di rischio emersi e gli elementi di pericolosità fiscali ravvisati in sede di analisi, saranno tenuti a presentarsi personalmente presso l'ufficio competente per dimostrare la solidità della propria attività imprenditoriale

Il titolare della partita IVA dovrà produrre i documenti necessari e fornire tutte le spiegazioni al fine di comprovare l'assenza delle criticità rilevate dall'ufficio.

Quali saranno le conseguenze se il contribuente scegliesse di non comparire di persona o non esibisse la documentazione richiesta?

In questi casi, scatterà immediatamente la cessazione della partita IVA che comporterà la cancellazione della stessa dalla banca dati dei soggetti passivi che effettuano operazioni intracomunitarie.

Inoltre, verrà contestualmente irrogata la sanzione di 3.000 €.

Il provvedimento 156803/2023 specifica, infine, che il soggetto a cui è stata cancellata la partita IVA potrà successivamente riaprirla sottoscrivendo una polizza fideiussoria o una fideiussione bancaria a favore delle Entrate, della durata di tre anni e per un importo non inferiore a 50.000 €.

Questo meccanismo, dunque, dovrebbe rendere sempre più complicata l'attivazione di partite IVA fasulle, contribuendo così a contrastare l'infedeltà fiscale che, già dallo scorso anno, tramite la fatturazione elettronica e l'uso delle banche dati, ha portato, secondo recenti stime, al recupero di ben 20 miliardi di euro.



Articolo di **Gabriella Cerulli**

Abruzzese di nascita, ma fiorentina di adozione, da oltre due anni si interessa soprattutto di tematiche di carattere giuridico relative al mondo delle aziende e dei piccoli artigiani. Diventata giornalista pubblicista, ha realizzato il sogno che ha sempre coltivato sin da bambina. Dopo gli studi classici, ha scelto di fare della scrittura il suo mestiere.

FOCUS MARKETING / 1

LE 22 LEGGI FONDAMENTALI DEL MARKETING

Regole semplici e buone prassi da seguire. Ecco i criteri per garantire la crescita della propria attività.

Come anticipato nel numero precedente (2023 – A&I n. 5), il mercato di oggi insegna che alla base di ogni attività ci sono un nome, un marchio e un'insegna che devono contraddistinguere il servizio offerto da quello di tutti gli altri. Di conseguenza

dalla scelta del locale alla disposizione degli arredi, dai colori alla gestione degli orari di lavoro, tutto è in funzione di questa finalità. Si parla di marketing, una nuova branca delle scienze economiche che trova il suo fondamento nella analisi dell'ambiente circostante

Un po' di storia

- Il termine marketing viene dall'inglese e vuol dire fare mercato, **commercializzazione**.
- Indica un ramo dell'economia che si occupa dello studio e descrizione di un mercato di riferimento, ed in generale dell'analisi dell'interazione del mercato e degli utenti di un'impresa cioè l'azione sul mercato stesso da parte delle imprese.
- Le origini del concetto di marketing risalgono al 1959 quando l'economista italiano Giancarlo Pallavicini sviluppò degli approfondimenti sulle ricerche di mercato, di fatto i primi fondamenti del marketing moderno.
- A Philip Kotler si deve la definizione di *marketing* ad uso sostantivo. È riconosciuto come padre dei maggiori contributi dal 1967 al 2009, con l'ultimo lavoro nato dall'analisi della grande recessione del 2007: *Chaotics*.
- Negli anni si è sviluppata la concezione del **marketing come ambito di ricerca**. L'American Marketing Association – l'organismo più autorevole nella ricerca di marketing al mondo -, ha coniato a partire dagli anni 1980 diverse definizioni di marketing. Vengono riconosciuti tre tipi:
 - *marketing analitico*: studio del mercato, della clientela, dei concorrenti e della propria realtà aziendale;
 - *marketing strategico*: è un'attività di pianificazione, tradotta in pratica da un'impresa, per ottenere, pur privilegiando il cliente, la sua fidelizzazione e la collaborazione da parte di tutti gli attori del mercato.
 - *marketing operativo*: attiene invece a tutte quelle scelte che l'azienda pone in essere per raggiungere un obiettivo all'interno di una strategia.

LE 22 IMMUTABILI LEGGI DEL MARKETING

di Al Ries e Jack Trout

- 1) È meglio essere i primi piuttosto che meglio degli altri. (Legge della Leadership)
- 2) Se non potete essere i primi in una categoria, inventatene una nuova in cui diventarlo. (Legge della categoria)
- 3) È meglio essere i primi nella mente che primi sul mercato. (Legge della mente)
- 4) Il marketing non è una battaglia di prodotti, è una battaglia di percezioni. (Legge della percezione)
- 5) Il concetto più potente del marketing è possedere una parola nella mente del cliente potenziale. (Legge della focalizzazione)
- 6) Due aziende non possono essere la stessa parola nella mente del cliente potenziale. (Legge dell'esclusività)
- 7) La strategia da usare dipende da quale piolo della scala occupate. (Legge della scala)
- 8) A lungo andare ogni mercato diventa una corsa a due cavalli. (Legge della dualità)
- 9) Se vi battete per il secondo posto, la vostra strategia è dettata dal leader. (Legge dell'opposto)
- 10) Nel tempo una categoria si dividerà in due o più categorie. (Legge della divisione)
- 11) Gli effetti del marketing si fanno sentire nell'arco di un periodo di tempo prolungato. (Legge della prospettiva)
- 12) C'è una pressione irresistibile a estendere il patrimonio di marca. (Legge dell'estensione di una linea di prodotti)
- 13) Bisogna rinunciare a qualcosa per ottenere qualcosa. (Legge del sacrificio)
- 14) Per ogni attributo esiste un attributo contrario ed efficace. (Legge degli attributi)
- 15) Se ammettete una qualità negativa, il cliente potenziale ve ne riconoscerà una positiva. (Legge della sincerità)
- 16) In ogni situazione solo una mossa produce risultati sostanziali. (Legge della singolarità)
- 17) A meno che non scriviate i piani dei vostri concorrenti, non potete prevedere il futuro. (Legge dell'imprevedibilità)
- 18) Il successo porta all'arroganza, e l'arroganza al fallimento. (Legge del successo)
- 19) Il fallimento va messo in conto e accettato. (Legge del fallimento)
- 20) La situazione è spesso il contrario di come appare sulla stampa. (Legge della montatura pubblicitaria)
- 21) I programmi del successo non sono costruiti su mode passeggero, sono costruiti sulle tendenze. (Legge dell'accelerazione)
- 22) Senza finanziamenti adeguati un'idea non può decollare. (Legge delle risorse)

D.Lgs. 173/2005

La differenza tra multilevel marketing e catene di Sant'Antonio

Prima all'estero e poi in Italia ha preso piede una forma ambigua di strategia di vendita che si basa sulla distribuzione piramidale delle risorse umane e che per questo crea confusione fra il multilevel marketing come strumento legale e le c.d. catene di Sant'Antonio, strumenti di frode. Nel nostro Paese la normativa in materia di marketing è riferita al D. Lgs. 173/2005, che agli artt. 5 e 6 ritiene “...*illegali quelle organizzazioni che configurano la possibilità di guadagno attraverso il puro semplice reclutamento di altre persone*”. Inoltre sono “*vietati gli obblighi per il reclutato di corrispondere all'azienda somme di rilevante entità in assenza di una reale controprestazione al momento del reclutamento o al fine di restare a far parte della struttura*”. Vediamo nel dettaglio a cosa si riferiscono questi articoli.

La catena di Sant'Antonio. La loro strategia fa leva su guadagni a breve termine e senza alcuno sforzo: reclutano soci che a loro volta dovranno reclutarne degli altri. In genere il soggetto che si è associato deve coinvolgere altre 15 persone, poi inizierà a guadagnare quando a sua volta anche una delle 15 troverà ulteriori soggetti da reclutare. La possibilità di guadagno è proporzionale allo sforzo. Facciamo un esempio: il valore di ogni reclutato è pari a 15 euro di cui 5 andranno alla società e 10 all'associato mediante bonifico bancario. Di solito non vengono emesse fatture e il denaro in transito viene fatto figurare come un regalo, una sorta di premio produzione, studiato solo per evitare il pagamento delle imposte. Queste aziende giustificano la loro impostazione descrivendola come una strategia economica brevettata, che attraverso l'inclusione di diversi livelli di intermediari garantirebbe guadagni centuplicati per il trasferimento di beni e servizi dal produttore al consumatore. È importante evidenziare che dal meccanismo utilizzato non risulta alcun tipo di trasferimento di beni e servizi, il *quantum* percepito dagli associati non è sottoposto a tassazione e nel mentre l'obiettivo prevalente della società rimane quello di reclutare quante più persone possibile.

Il multilevel marketing. Questo sistema prevede la distribuzione di beni e servizi di alta qualità e con valide garanzie di rimborso. Da un punto di vista fiscale le commissioni sono sempre dichiarate su fatture e sono soggette alle imposte applicabili; i pagamenti vengono effettuati tramite bonifico bancario e quindi sono tracciabili. Si tratta di un sistema equo e legale poiché distribuito su diversi livelli – cosa ben diversa da uno schema piramidale – e che garantiscono una remunerazione non in base ad una posizione piramidale bensì sull'apporto lavorativo di ciascun socio.

In base a quanto stabilito dagli artt. 5 e 6 del D.Lgs. n. 173/2005 **può ritenersi illegale qualsiasi modello di Marketing Piramidale, quale la catena di Sant'Antonio, poiché ha come mero obiettivo quello di reclutare persone che investano denaro e non quello di trasferire beni e servizi.** Per stabilire l'illegalità delle catene di Sant'Antonio e della mistificazione del multilevel marketing con le strutture piramidali è stata decisiva la sentenza della terza sezione penale della Corte di Cassazione n. 37049/2012 dalla quale si evince che “*le attività commerciali in cui il beneficio economico deriva dal reclutamento di utenti, piuttosto che dalla vendita diretta di beni o servizi, sono da ritenersi fuorilegge*”.

un imprenditore che desideri acquisire visibilità e attirare clienti. Chiunque lavori in proprio può considerarsi un piccolo imprenditore e iniziare a fare marketing più o meno consapevolmente. Cosa significa esattamente fare marketing? La risposta è: riuscire a vendere il proprio servizio o la propria merce senza che i clienti si accorgano di essere stati ‘catturati’. Ovvero, invogliarli a sceglierli di propria spontanea volontà.

Prima ancora di vendere un prodotto, un buon imprenditore compra la preferenza dei potenziali clienti.

Una magia agli occhi di qualunque esercente che conosce bene gli investimenti e i rischi nella quotidiana gestione di una attività. Tuttavia, questo piccolo miracolo avviene in modo abbastanza naturale, basta saperlo riconoscere attraverso i comportamenti del nostro pubblico di riferimento. Ogni persona prima di tutto cerca servizi, prodotti e relazioni in grado di soddisfare i propri bisogni personali. Tutti gli esperti di comunicazione concordano su queste semplici osservazioni:

- uno stesso prodotto può soddisfare bisogni differenti, così come uno stesso bisogno può essere soddisfatto da prodotti differenti;
- i bisogni sono stabili, cambiano i comportamenti;
- ogni persona valuta quanto un prodotto soddisfi bisogni inerenti alla sfera lavorativa, domestica o del tempo libero;

È proprio questo il primo passo: aver chiaro cosa si offre e a chi si offre. Subito dopo, verrà spontaneo fare caso a quale sia l'ambiente in cui ci troviamo, l'età media dei

potenziali clienti a cui ci rivolgiamo, il loro livello economico e culturale, le loro conoscenze tecnologiche e l'utilizzo dei social. Queste considerazioni sono alla base dello studio di due consulenti statunitensi – Al Ries e Jack Trout – divenuti celebri come pionieri e autori del best seller dal titolo *Le 22 immutabili leggi del marketing*, che presenta il marketing come scienza avente leggi proprie. La lettura è senz'altro consigliata e noi di CILA vi anticipiamo, punto per punto, i segreti di queste leggi cominciando in questo numero con i primi cinque.

- 1) È meglio essere i primi piuttosto che meglio degli altri. (Legge della Leadership)
- 2) Se non potete essere i primi in una categoria, inventatene una nuova in cui diventarlo. (Legge della categoria)
- 3) È meglio essere i primi nella mente che primi sul mercato. (Legge della mente)
- 4) Il marketing non è una battaglia di prodotti, è una battaglia di percezioni. (Legge della percezione)
- 5) Il concetto più potente del marketing è possedere una parola nella mente del cliente potenziale. (Legge della focalizzazione)

Dunque, gli esperti ci dicono che per impostare al meglio la proposta del nostro servizio o dei nostri prodotti dobbiamo prima di tutto individuare una nicchia, un servizio o un prodotto specifico e specializzarci su quello. Non è indispensabile offrire la qualità migliore sul mercato quanto piuttosto essere i primi a proporlo e i primi nei risultati delle vendite. È in questo modo che, lentamente, il pubblico assocerà la percezione di quel prodotto al nostro marchio, alla nostra insegna e alla nostra ditta, per arrivare infine a collegare direttamente

quel prodotto al nostro nome. La legge della focalizzazione sarà così soddisfatta e avremo raggiunto il primo, grande risultato.

Questo processo si realizza nell'arco di un breve – medio periodo quindi i risultati non saranno immediati. Per questo, è ancora più fondamentale ragionare molto bene e avere tutte le idee ben chiare prima di intraprendere una attività. Mentre raccogliete le vostre idee, CILA è a disposizione come sempre per consulenza ed orientamento. Nei prossimi numeri commenteremo insieme tutte le leggi e conosceremo le storie di alcuni imprenditori e delle loro esperienze.



Flavia Murabito

Laureata in Sociologia, lavora come freelance per ricerche storiche, documentari, progetti di scambio interculturale. I suoi interessi si concentrano prevalentemente su campo antropologico e socio-culturale. Ha esperienza in campo editoriale e televisivo per la curatela di palinsesti, lavori di scrittura e ricerca, fino agli ultimi incarichi come coordinatore della produzione. Tra le ultime collaborazioni, lo sviluppo di alcuni documentari trasmessi su Rai3 nel biennio 2015-2016. Lavora anche nel settore turistico per la ricettività e la promozione della pesca artigianale.

NORMATIVE EU SULLA PESCA

LA RETE FA
IL PESCE/2

Articolo di
Flavia Murabito

Circa un anno fa il primo articolo di CILA dedicato all'importanza dell'utilizzo dei dispositivi di pesca in rapporto alle taglie. Oggi l'EU rimescola le carte. Ma non tutto è perduto

Due regolamenti per un unico orizzonte: convogliare tutela dei mari e promozione della pesca. Il minimo comun denominatore sono i Totali Ammissibili di Catture (TAC) che di fatto determinano la salute futura dei nostri mari. Ecco alcuni dati in base alle decisioni prese durante le ultime consulte.

Per ciò che interessa i pescatori italiani più da vicino, il Consiglio ha convenuto di ridurre del 7% lo sforzo di pesca per i pescherecci da traino nel Mediterraneo occidentale al fine di proteggere gli stock demersali, in linea con l'obbligo giuridico dell'UE di raggiungere la completa sostenibilità entro il 2025.

Merluzzi, naselli, triglie, quasi tutti gli sparidi, spigole, e anche alcuni crostacei come il gambero rosso sono considerati demersali, abitanti dei fondali sabbiosi o fangosi.

La pesca alle specie demersali rappresenta una larga parte della piccola pesca costiera. Per la cattura di questi organismi vengono in genere impiegate reti da posta e reti a strascico, utilizzate anche per la cattura di alcune sotto-famiglie dei tonni, come i palamiti.

Ma per contro i Ministri hanno approvato un **meccanismo di compensazione** istituito per la prima volta per il 2022, assegnando +3,5% di giorni aggiuntivi ai



ATLANTICO E MARE DEL NORD	MEDITERRANEO E MAR NERO
Il Regolamento UE 2023/194 del 30 gennaio 2023 fissa per le possibilità di pesca per alcuni stock ittici, applicabili nelle acque dell'Unione e, per i pescherecci dell'Unione, in determinate acque non dell'Unione, e, per il 2023 e il 2024, le possibilità di pesca per alcuni stock ittici di acque profonde.	Il Regolamento UE 2023/195 del 30 gennaio stabilisce le possibilità di pesca per alcuni stock e gruppi di stock ittici applicabili nel Mar Mediterraneo e nel Mar Nero e modifica il regolamento UE 2022/110 per quanto riguarda le possibilità di pesca per il 2022 applicabili nel Mar Mediterraneo e nel Mar Nero.
TAC RIDOTTI <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> -> - 4% occhialone <input type="checkbox"/> -> -14% scampo <input type="checkbox"/> -> - 30% sogliola <input type="checkbox"/> -> tutela del merluzzo giallo 	TAC RIDOTTI <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> -> - 5% gamberi viola (Isole Baleari) <input type="checkbox"/> -> - 3% gamberi viola (Tirreno) <input type="checkbox"/> -> - 3% gamberi rossi (Tirreno) <input type="checkbox"/> -> - 7% sforzo di pesca dei pescherecci da traino per la tutela delle specie demersali: merluzzi, naselli, triglie, gamberi rossi, sogliole. <input type="checkbox"/> -> tutela del nasello <input type="checkbox"/> -> tutela del rombo chiodato
TAC AUMENTATI <ul style="list-style-type: none"> - -> + 12% rana pescatrice - -> +33%) lepido rombi - -> + 5% merlano - -> + 20% sogliola - -> + 10% nasello meridionale - -> + 19 % scampo - -> + 91% passera di mare - -> + 15% suri/sugarelli - -> Facoltativo per razza ondulata 	TAC AUMENTATI <ul style="list-style-type: none"> - -> + 3,5% giorni concessi ai pescherecci da traino, a condizione di aumentare la selettività.
VIETATA <ul style="list-style-type: none"> - -> pesca ricreativa e commerciale delle anguille; - -> pesca mirata del merluzzo bianco e del granatiere di roccia 	SOSPESA <ul style="list-style-type: none"> - -> attività dei pescherecci operanti con palangari

pescherecci, purché nel rispetto di una maggiore selettività.

È a questo genere di paradossi che i rappresentanti della piccola pesca in genere si ribellano, dal momento che tutta la flotta mercantile italiana è tenuta ad osservare le normative.

Obiettano prima di tutto che, seppure auspicata, la riduzione dei TAC che riguarda i demersali ha ricadute principalmente sull'indotto che riguarda la piccola pesca costiera.

Non si capisce perché, dunque, adottare misure di compensazione in favore dei pescherecci e non dei piccoli artigiani del mare.

La difficile coesistenza dei pescherecci con le barche adibite alla pesca artigianale si misura ancora una volta sulla base dei Tagli Ammissibili di Cattura.

Con i loro dispositivi aggressivi e distruttivi dei fondali, i pescherecci loro malgrado non fanno eccezione per nessuna specie.

Mentre i piccoli pescatori costieri - armati solamente di salparete e reti da posta – oltre a non poter superare una certa profondità sono molto più esperti nella conoscenza dei filati e delle misure da utilizzare e dunque rimangono gli unici a poter operare nel pieno rispetto delle normative.

La strada è ancora lunga ma noi di CILA crediamo fermamente che la piccola pesca artigianale sia, ad oggi, uno dei pochi mestieri rappresentativi di un futuro più sostenibile.

CRESCE IL NUMERO DELLE REGISTRAZIONI MA ANCORA TROPPE CHIUDONO

SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA SEMPLIFICATA E A CAPITALE RIDOTTO IN ITALIA

Publicati i dati del Notariato

Nate per favorire l'accesso ai giovani nell'imprenditoria, le società a responsabilità limitata semplificate (srls) e a capitale ridotto stanno crescendo sempre di più nel nostro paese.

Ricordiamo che per la costituzione di una Srls non sono dovute né spese notarili né imposta di bollo sull'atto costitutivo o per l'iscrizione al registro delle imprese.

Gli ultimidati, che sono stati pubblicati dal Notariato e fanno riferimento alla situazione al 31 dicembre 2016, prendono in considerazione il numero delle imprese registrate esistenti a tale data sul territorio nazionale ed iscritte come Srls o Srl a capitale ridotto nel corso del 2016, mentre il numero delle cessazioni è da intendersi al netto delle cancellazioni d'ufficio.

Il numero di società srls e a capitale ridotto, anche per il 2016 è in aumento. Le regioni più virtuose che registrano un aumento consistente all'anno 2015 sono il Lazio (+48,25), e la Campania (+46,28%).

Buone percentuali di crescita rispetto al 2015 anche in Basilicata, Liguria e Trentino Alto Adige. Mentre per la Valle D'Aosta si registra una decrescita nel numero di imprese registrate.

Le srls semplificate a capitale ridotto, le cosiddette "società con capitale di 1 euro" nate nel 2012, hanno fatto registrare un avvio tutt'altro che positivo, ma oggi cominciano a rappresentare numero consistente di realtà imprenditoriali soprattutto a conduzione giovanile.

Ricordiamo che dopo un anno dalla loro introduzione, le srls e a capitale ridotto, fecero registrare il 60% d'inattività e solo una su dieci dichiarava di avere personale.

Oggi la situazione sempre ben diversa: 129.551 quelle registrate solo nel 2016, dato nettamente in aumento rispetto al 2015 quando erano 89.458.

L'aumento del numero di imprese che sceglie questa forma giuridica aumenta probabilmente grazie all'esborso minimo dovuto per la costituzione, che ammonta a circa 700/800 euro di spese vive più i costi legati all'attività di consulenza prestata dal professionista incaricato per la valutazione della forma e della struttura dell'impresa (business plan, analisi costi benefici, valutazione giuridica comparativa, ecc.).

Tra i dati più significativi dello studio, quello relativo alle cessazioni che, solo nel 2016, sono state 2.235.

Un dato che dovrebbe far riflettere: più di 6 società al giorno vengono chiuse perché non solide e perché non riescono a far fronte alle spese di gestione dell'attività. Insomma anche con le semplificazioni e le agevolazioni per la costituzione di nuove società, si continua ad assistere al fallimento della piccola imprenditoria italiana senza che lo Stato riesca a mettere in campo una reale politica a sostegno della linfa vitale del paese.



Articolo di

Aurora Montioni

Nasce in Umbria il 12/12/1994, cresce a Campello sul Clitunno. Sin da giovanissima coltiva e nutre una forte passione per la scrittura, orientando i suoi studi in ambito umanistico. Conseguisce la laurea presso la facoltà di Lettere e Filosofia di Roma Tor Vergata nel 2019. Attualmente è iscritta al corso di laurea magistrale in Editoria presso La Sa-



CILA

Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani

www.cilanazionale.org

SERVIZI PER LE IMPRESE

Consulenza

Notarile - Legale - Fiscale - del Lavoro e Finanziaria

Contabilità

Elaborazione buste paga

Dichiarazione dei Redditi

ISA IRAP

Pratiche INPS - INAIL - CCIAA - SUAP

SERVIZI PER IL CITTADINO

- Modello 730
- Redditi persone fisiche
- IMU ISEE
- Reddito di Cittadinanza
- Assegno unico Carta acquisti
- Bonus RED-ICLAV-ICRIC
- Gestione contratti Colf-Badante
- Buste paga Invalidità
- Registrazione Contratti in Locazione
- Pensione Legge 104
- Disoccupazione "NASPI"
- Maternità - Congedo parentale
- Successioni - Donazioni
- Pratiche Rilascio-Rinnovo permesso di soggiorno e ex Carta di soggiorno
- Pratiche di cittadinanza
- Ricongiungimento familiare
- Sanatoria Flussi
- Domanda Casa popolare
- Borse di Studio
- Iscrizione Scuola
- Domanda agevolazione mensa

Via Sant'Agata de' Goti, 4 - 00184 Roma
Tel. 0669923330 - 066797812 - Fax 066797661

FRODI DIGITALI IN AUMENTO NELL'ULTIMO TRIENNIO

FRODI 2023 - COME TUTELARSI DI FRONTE AL MARKETING SELVAGGIO E ALLE SOCIETÀ CARTIERE?

PRIMA PARTE

Inquadramento di un fenomeno in costante aumento

L'Italia si conferma tra i paesi più colpiti dalle frodi moderne. Specialmente a livello imprenditoriale. Nel moderno evo digitale il novero truffaldino ha proliferato attraverso canali privilegiati e prospera ora, nonostante legislazioni sempre più stringenti.

Secondo i dati dell'FBI (Internet Crime Report), il Bel Paese ha scontato ben 21.800 casi di frodi nel 2020, per un ammontare di 125 milioni di euro di danno.

Nel 2021, secondo la Polizia Postale Italiana, la percentuale di crescita del fenomeno si è attestata sul +27%.

Nel report annuale successivo, la Postale stima un aumento percentuale del 60%, ponendo grande enfasi sull'attenzione verso ogni tipo di pratica appaia quantomeno insolita.

La digitalizzazione e la strumentazione immediata pongono indiscutibilmente la problematica del contemperamento delle esigenze, in questo modo, opposte. La

maggiore accessibilità a strumenti finanziari, informativi e contrattuali di ogni tipo necessiterebbe di un complemento a livello di sicurezza che non sempre è offerto. O, quantomeno, è insufficiente per schermare completamente l'utente tutelando il suo determinarsi digitale.

Situazione molto diffusa specialmente nelle imprese, in cui, prescindendo dall'elemento dimensionale, sono presenti diverse fattispecie di frodi e di attori.

Innanzitutto, la frode va inquadrata in quell'evento che si concretizza in quell'azione commessa ai danni di un soggetto con l'obiettivo di acquisire un vantaggio economico.

Nel codice penale la fonte di maggior rilievo è l'art.640, rubricata come *Truffa*, che al primo capoverso, recita: "Chiunque, con artifici o raggiri, inducendo taluno in errore, procura a sé o ad altri un ingiusto profitto con altrui danno, è punito con la reclusione da sei mesi a tre anni e con la multa da euro 51 a euro 1.032".





Come si può ben vedere, manca qui il dolo specifico, non è cioè necessario sia presente la volontà del soggetto agente di ottenere un vantaggio a discapito della persona offesa (fisica o giuridica), essendo necessario il solo fatto della condotta posta in essere e realizzatasi.

Tornando alla realtà attoriale, è presente una diffusa sistematica di insider all'azienda. Soggetti appartenenti a una qualunque impresa che, per motivi più disparati, decidano di porre in essere e sviluppare condotte lesive di forme patrimoniali, informative e non solo.

Lo schema del fatto è da includere nel modello descritto da **Donald Cressey**, uno dei padri della criminologia moderna. Cressey individua nell'omonimo triangolo, una struttura autosufficiente per cui sia semplice e immediato comprendere il funzionamento della truffa. Sono tre gli elementi, per l'appunto: la **pressione**, l'**opportunità** e la **razionalizzazione**.

Queste tre direttrici guidano ogni manifestazione criminosa con sovrastruttura di raggio.

Nella fattispecie, prendendo in considerazione l'insider aziendale,

la sistematica della sua azione è presto detta: un soggetto con debiti o problematiche economiche, di conseguenza in situazione di difficoltà, decida di usare il proprio vantaggio posizionale per vendere dati sensibili a terzi, dietro compenso. Oppure, se non per scelta primaria, sia facilmente aggredibile e ricattabile, quindi, costretto a porre in essere la stessa condotta, per ragioni simili, ma per una vis maior coartatrice.

Che sia una scelta o un'imposizione, ricorre qui il secondo presupposto di Cressey, vale a dire l'opportunità. Tale è ravvisata dall'insider o dal ricattatore, che attraverso razionalizzazione situazionale, ravvisa il momento e la modalità d'intervento.

Se la fattispecie descritta sopra, quella dell'impiegato infedele, è presente per lo più nelle imprese più piccole, la fenomenologia verificatasi nelle più grandi si estende fino al novero dei reati dei cosiddetti colletti bianchi, rientranti nel delitto penale societario.

Delineato il fatto e la sua portata, nell'approfondimento successivo affronteremo la tipologia di frodi, la prevenzione e le figure di riferimento aziendale.



Articolo di
Lorenzo Cuzzani

Dopo gli studi in Giurisprudenza frequenta un corso in mercati finanziari fortemente orientato all'apprendimento del trading sul Forex. Il "Dealing on Foreign Exchange Market -FOREX-" gli fornisce gli strumenti per iniziare il percorso di trader, ambito in cui è attivo con particolare attenzione all'analisi fondamentale. Già redattore finanziario presso FX Empire e yahoo!finanza, sviluppa contenuti aziendali e paper finanziari e lavora come traduttore in ambito economico, finanziario e legale. Ha operato diversi anni anche nel settore no-profit, ricoprendo l'incarico di segretario di un'associazione senza scopo di lucro e direttore creativo di un'arena cinematografica.

PREVENZIONE TECNICA E MAGGIORI CANALI DI MINACCIA

FRODI 2023 - COME TUTELARSI DI FRONTE AL MARKETING SELVAGGIO E ALLE SOCIETÀ CARTIERE?

SECONDA PARTE



Articolo di
Lorenzo Cuzzani

Sviluppo delle truffe, sistematica e contesto di riferimento di un fenomeno in divenire

Nell'approfondimento precedente abbiamo inquadrato il fenomeno. È bene ora focalizzare l'attenzione sulle modalità di sviluppo dello stesso e sulla prevenzione a 360°.

In primo luogo giova ricordare che la fenomenologia di cui in calce non sia ascrivibile solo agli insider aziendali, ma, spesso, provenga anche da soggetti esterni.

Sono molteplici le fattispecie frodatrici.

Particolarmente diffusi sono episodi focalizzati nei mancati pagamenti. Fatture, commesse, forniture varie, tra gli esempi più frequenti.

In questo contesto si inseriscono le società cartiere, particolari imprese che emettono fatture per operazioni inesistenti consentendo a imprese produttive di utilizzarle sia a fini di evasione fiscale, indicando in bilancio costi inesistenti, sia a fini di riciclaggio o per altri scopi illegali (Quaderni

dell'antiriciclaggio, Banca d'Italia, dicembre 2020).

Queste imprese fallaci forniscono ampia documentazione, chiaramente iniqua, al fine di insinuarsi nel tessuto produttivo del Bel Paese e trarne considerevoli e indebiti vantaggi a livel-

lo transattivo. Concludono contratti, danno fittizia esecuzione a prestazioni inesistenti e così via.

Per prevenire e individuare siffatte realtà è necessario che un'impresa si doti di figure ad hoc che possa tradurre in sistematiche ben lineate queste esigenze cogenti, attraverso l'implementazione della valutazione del rischio di frode, la mitigazione dello stesso e l'integrazione di una figura che coordini una struttura di controllo non solo relativa a minacce esterne, ma anche a un computo reputazionale.

Il che si traduce anche in campagne di sensibilizzazione aziendali attraverso





so cui diffondere un codice etico d'impresa con audit interni. La declinazione di metodologie preventive è opportuno sia complementata da un team che si occupi di strumenti digitali relativamente recenti, ma molto più accessibili e dannosi rispetto ai vecchi schemi ormai obsoleti. Questa analisi confluisce in uno studio direzionato, da cui derivi un rapporto ad hoc che faccia luce sulla reputazione dei soggetti cui ci si stia interfacciando e alla decisione aziendale di interlocuzione o abbandono.

Ogni azienda è stata ed è soggetta a frodi, il problema diventa esserne consapevoli.

Vediamo come e perché.

Come già anticipato nell'articolo precedente, la minaccia più concreta risulta essere quella digitale.

Particolarmente attuale è l'insieme di minacce e frodi aventi come obiettivo o canale il procacciamento di dati sensibili. Acquisizione che avviene sostanzialmente in due modi:

- 1) Informativa privacy
- 2) Mercato nero

Nel primo caso si presta il proprio consenso a siti, applicazioni che in maniera più o meno chiara convincono di seguire quanto stabilito dal **GDPR (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati - reg. UE 2016/679)** ma che poi, al contrario, diffondono dati, posizione e tutto quanto possa essere aggredibile.

Nel secondo caso abbiamo riguardo sia al dipendente infedele di cui parlavamo precedentemente, magari un insider dentro un customer care che sfrutti l'elemento dell'**opportunità** in senso cressiano, sia ai cyber criminali propriamente detti, attraverso sfruttamento di tecniche di hacking e simili.

Nell'alveo di un corretto orizzonte di prevenzione, appare qui fondamentale la sensibilizzazione di cui sopra, proprio perché solamente con l'informazione consolidata di prassi frodatrice è possibile limitare il più possibile l'errore umano.

Questi fenomeni illeciti non sono opera di fine ingegneria criminale, ma spesso si nascondono in banali

messaggi di un corriere che chieda di aprire un link per la consegna di un pacco.

Di un call center che chiami proponendo contratti più vantaggiosi spendendo un nome aziendale che non gli appartenga e usando un telefono non abilitato al traffico entrante, perché dotato di tecnologia VOIP (voce tramite ip – protocollo internet).

La l.11 gennaio 2018, n. 5 stabilisce espressamente l'obbligatorietà del rintracciamento dei numeri dei call center.

L'ente cardine per la prevenzione delle frodi, da cui attingere a personale preparato da immettere in azienda è l'ACFE (Association of Certified Fraud Examiners), un'organizzazione la cui preparazione ed esperienza sono sinonimo di serietà e risultati.

Cila continuerà a monitorare la situazione per tenervi sempre aggiornati sugli ultimi sviluppi della situazione.

MECCANISMI PREMIALI ALLA BASE DEGLI INCENTIVI

ENERGIE RINNOVABILI - QUANTO CONVIENE INVESTIRE NEL GREEN PER LE IMPRESE?

Una panoramica reale del comparto rinnovabili in Italia secondo un esperto di settore

Nel delineare un corretto orizzonte di sfruttamento delle energie rinnovabili che sia propedeutico a un giusto investimento per le pmi, in special modo il fotovoltaico, abbiamo interpellato un esperto del settore.

Il nostro consulente è un key account manager di un importante produttore e distributore di energia a livello mondiale. Risponderà ad alcune domande per fornire una panoramica completa della materia.

Tra i vari tipi di rinnovabili, l'energia solare risulta essere quella più fruibile da un punto di vista di accessibilità.

Ha senso per le pmi investire nel fotovoltaico?

Si ha senso, a meno che non siano microimprese (meno di 10 dipendenti *ndr*). I tempi di rientro sono sostenibili.

Le variabili da considerare sono due:

- 1) I prezzi dell'energia saliti vertiginosamente.
- 2) Gli oneri di sistema.

L'incremento dei prezzi dell'energia è presto detto: si è passati dai canonici 50 euro a kWh prima delle enormi fluttuazioni che tutti conosciamo a valori esponenzialmente più elevati. Questo mese (maggio 2023 *ndr*) la media di prezzo si attesta sui 110 euro, a gennaio 174 euro, a novembre 2022 224 euro, a settembre addirittura 420 euro.

L'importanza del fotovoltaico risiede nell'autoproduzione di energia, evitando di far riferimento al mercato. Di conseguenza il ritorno all'investimento è maggiore, anche basandosi sul fatto di un acquisto a costo fisso.

Parlando in concreto, con un esempio, per una pmi dai 100kw in su (una piccola fabbrica) dotata di un tetto molto esteso, con un investimento di 1200euro a kw è possibile predisporre un impianto di livello con una spesa complessiva di 120.000 euro (1200*100kw). In 5 anni l'investimento è ripagato e il costo opportunità risparmiato.

L'impianto avrà una durata di 20-25 anni.



Articolo di
Lorenzo Cuzzani

La seconda variabile da considerare è costituita dagli oneri di sistema (per esempio trasporto e dispacciamento). Non sono connessi ai fornitori. Alcuni oneri, se l'impianto è di proprietà, non sono dovuti, perché legati al consumato.

Si riduce in questa maniera l'insieme dei costi fissi ancorati alla fornitura.

Efficienza energetica e fonti rinnovabili nelle pmi. È un traguardo raggiungibile?

Questione di normativa, regolamentazione. Il nostro sistema non può stare in piedi senza i fossili. Il sole ha un ciclo limitato, quindi sfruttabile nelle ore diurne. Il vento non è sempre presente. In mancanza, risulta impossibile assurgano a fonti esclusive di sostentamento energetico.

Il margine di crescita a livello nazionale per un maggior sfruttamento delle energie rinnovabili non è risibile, ma non va confuso con l'effettivo fabbisogno energetico.



Il cliente investe perché crede nella tecnologia in questione e lì è la chiave.

La sfida è quella di aumentare la produzione di noi produttori, non il numero di clienti che ne usufruiranno.

L'acquisto è basato sulla convenienza per l'imprenditore.

Una maggiore produzione nazionale sul rinnovabile non può che aumentare tutto il processo e i volumi, favorendo sempre più imprese a dotarsi di impianti fotovoltaici e alimentando il circuito virtuoso che ne derivi.

Quali sono gli incentivi a sostegno delle pmi a riguardo?

A livello fiscale ed economico.

Sotto il profilo fiscale troviamo il credito d'imposta.

Nel Pnrr è dato ampio risalto al flusso green, sia a livello europeo, sia nazionale. Ogni regione pubblica bandi a riguardo.

Alcuni di questi elargiscono percentuali elevate, anche del 50% a fondo perduto per le industrie.

Altri danno maggior rilievo a fondi agevolati.

Cosa puoi dirmi sui contratti ppa (power purchase agreement)?

Sono quei contratti dove sia presente un accordo tra due parti dove il produttore venda la propria energia a un acquirente (off-taker) a un prezzo fisso, spostando così il rischio d'impresa dal primo al secondo. L'off-taker scommette sulla propria visione del mercato e decide di acquistare energia a un prezzo fisso che rimarrà tale, indipendentemente

da ogni tipo di fluttuazione. Non sono contratti rinegoziabili.

È sicuramente un qualcosa più a livello industriale che di piccola e media impresa.

L'acquisto, per esempio, di fornitura di energia per 10 anni può schermare da eventuali rincari energetici ed è in stretto collegamento con la contingenza che molte imprese abbiano sottoscritto la decarbonizzazione entro il 2030, favorendo quindi un percorso dal traguardo ben delineato.

Alla base di questo schema c'è il project finance: analisi acquirenti, interlocuzione con la banca finanziatrice e realizzazione del progetto.

Se produttore e acquirente sono lontani fisicamente si procede alle forniture tramite rete pubblica, magari di spazi non



all'interno dell'azienda per via di mancanza di disponibilità o di problemi logistici. In questo caso abbiamo ppa off-site.

Viceversa, se le due parti sono vicine fisicamente, il fornitore



installa nello spazio aziendale dell'acquirente il proprio impianto e vende direttamente l'energia.

Dalla panoramica descritta dal nostro consulente ne deriva un quadro coerente con lo scenario presente, dove ci siano prassi consolidate che favoriscano investimenti verso fonti di energie alternative, anche dietro meccanismi premiali.

Una ratio che ricordi proprio quelle misure di credito di imposta contenute nell'ultimo decreto milleproroghe, in cui molteplici sistematiche premiali fossero alla base di una congrua

quota di incentivi (**Artigianato & Impresa N. 4 | Aprile 2023, pag. 15-23**).

Appare evidente come il mondo delle energie rinnovabili sia il presente e il futuro del Paese, ma sia necessaria una riflessione obiettiva che trascenda slogan utilitaristi a discapito del dato concreto.

L'evoluzione tecnologica è data dal mercato, ma è anche vero che il mercato non può dettare un'agenda energetica selvaggia senza che vi sia una chiara e reale informazione ai cittadini.



Consorzio Artigiano Sviluppo Edilizia

Ufficio tecnico

Consulenza, studi di fattibilità, progettazione,
D.I.A., richieste di permessi di costruzione, assistenza e
consulenza per la partecipazione ad appalti
della Pubblica Amministrazione sul tutto il territorio nazionale.

Installazione e manutenzione impianti

Antincendio - Antennistici - Ascensoristici
Climatizzazione - Elettrici - Gas - Idraulica
Radiotelevisivi - Riscaldamento - Telefonici

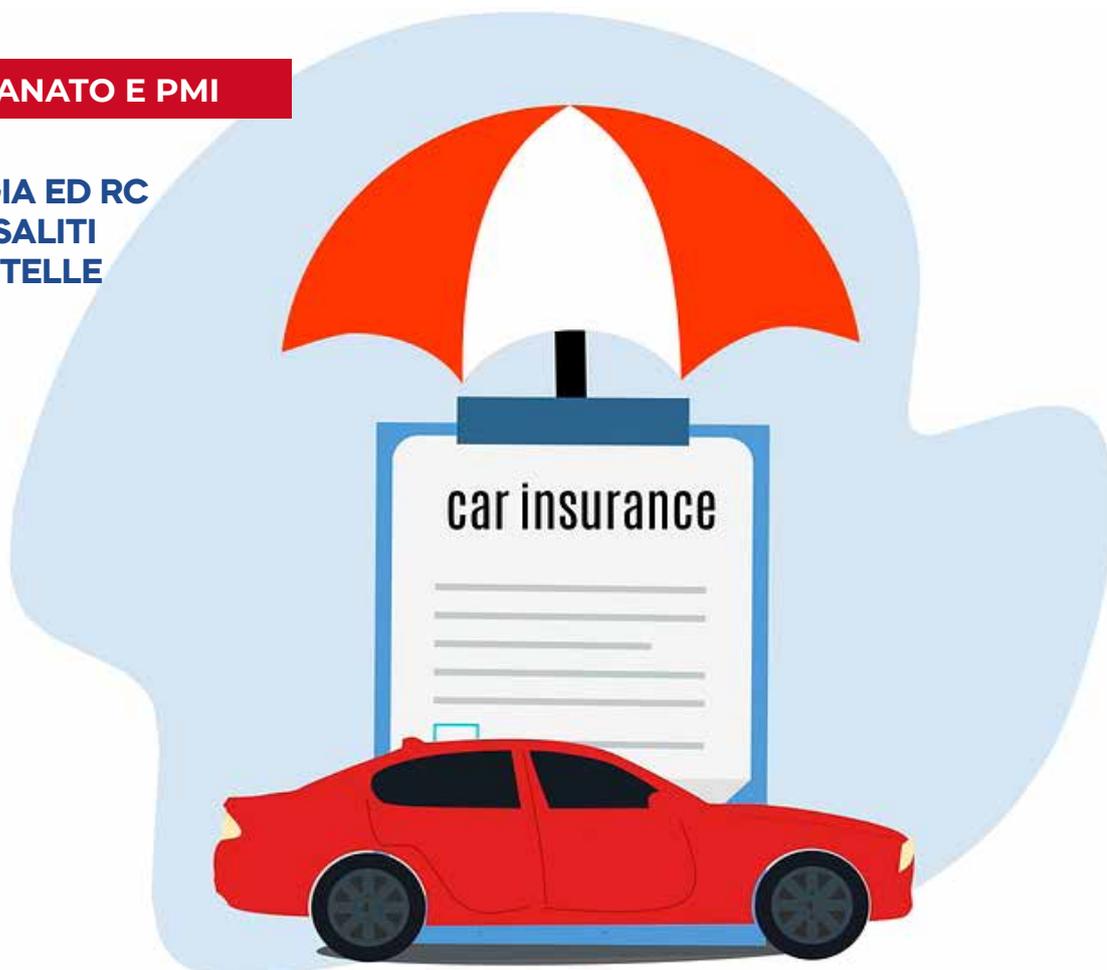
Pronto intervento

Arredamento d'interni - Decorazioni e stucchi - Falegnameria
Fognature - Giardinaggio - Serramenti - Lavori edili
Lavori in ferro - Lavori stradali - Pannelli solari
Pulizia - Tappezzeria - Vetreria

Contatti:

Via Baccina 59b - 00184 Roma - Tel. 06.6797812 Fax. 06.6797661
E-mail: info@consorzio-case.com - www.consorzio-case.com

ENERGIA ED RC
AUTO SALITI
ALLE STELLE



LE PMI NELLA DIFFICILE SITUAZIONE POST PANDEMICA. I RINCARI DEL 2023 SONO GIUSTIFICATI?

Dalla crisi globale alla nostrana, oneri di sistema e costi di gestione al centro del focus

Il 2023 ha carattere di grande incognita per le imprese. Un profilo interlocutorio figlio di una difficile collocazione storica.

È il primo vero anno in cui il post pandemia sia smaltito da un punto di vista sanitario, ma non può dirsi altrettanto per gli effetti sul tessuto commerciale italiano.

La longa manus del covid si intreccia anzi con il conflitto russo-ucraino, contingenza attoriale importante nell'alveo di un'analisi

obiettiva circa l'innalzamento della soglia dei prezzi nel Bel Paese, così come nell'area euro.

È bene prendere le mosse da un rapporto di settore, così da far luce sulla situazione globale ed eseguire poi un'istantanea del quadro nostrano, con particolare attenzione all'energia e alle assicurazioni.

Secondo l'outlook tecnico di cui sopra, il 2023 conoscerà un rallentamento del ciclo economico mondiale, registrando però un cambio di rotta l'anno successivo.



Articolo di
Lorenzo Cuzzani

I temi in gioco sono sempre gli stessi: il rincaro dei prezzi energetici, le pressioni sulle catene di fornitura e una domanda globale in diminuzione a causa dei rallentamenti dei paesi più avanzati.

Non è un mistero come siano presenti diverse criticità diplomatiche, non ultime le recenti velleità d'oltralpe sull'operato

del governo italiano. Così come non bisogna dimenticare che una fetta molto rilevante delle esportazioni italiane abbia storicamente come destinazione la Russia e che il conflitto in corso stia inficiando non poco sull'importazione di grano e sul conseguente comparto agroalimentare. In questo quadro si inseriscono anche criticità di forniture di argilla e fertilizzanti.

I porti nord europei hanno registrato, nei primi mesi dell'anno, un importante rallentamento di transizione. Ciò nonostante l'Unione Europea vanta una buona reazione, registrando un tasso di crescita a fine 2022 di ben 59 punti percentuale rispetto all'anno precedente.

Il dato però potrebbe essere aleatorio, dal momento che il 2021 costituisce il primo anno dopo una chiusura globale e con valore tendenziale impazzito. Quel che preoccupa è il possibile freno agli scambi globali. Situazione in potenza ascrivibile a possibili aumenti delle tariffe doganali e mancanza di vantaggiosi accordi commerciali di apertura, figli di un difficile momento diplomatico.

Guardando lo stivale, si assiste a un'eredità post pandemica e di crisi energetica difficile da raccogliere.

Sono molteplici i rincari dei prezzi caratterizzanti l'anno 2023.

Secondo quanto pubblicato dal Codacons a inizio 2023, ogni famiglia dovrà affrontare un aumento della spesa annua di 2.435 euro.

L'aumento non può che riflettersi sul mondo imprenditoriale.

In primo luogo, non può non considerarsi l'aumento energetico.

A fine aprile si è verificata una leggera flessione dei prezzi. Si pensi al gas naturale, sotto soglia 40 euro/MWh per la prima volta, in Europa, dall'agosto 2021. Tale contingenza, seppur beneaugurante, non spazza via la crisi energetica del biennio 2021-2022. Responsabilità causali in tal senso sono da ascrivere alla reintroduzione degli oneri di sistema (di cui parliamo anche nell'approfondimento precedente).

Nonostante gli interventi del Governo, la spesa energetica complessiva delle imprese del terziario risulterà superiore di ben 35 punti percentuale rispetto ai livelli precedenti la crisi.

Lo studio di settore in questione auspica un potenziamento degli sgravi detratteggi per i crediti d'imposta del comparto elettrico. In più, suggerisce di azzerare gli oneri generali di sistema relativi all'elettrico.

La ratio di un simile orientamento è da ritrovarsi nell'aumento dei costi energetici registrati nell'ultimo triennio. Da 13,4 miliardi di euro del 2019 si è assistito a un incremento fino a 18,6 nel 2021 per giungere ai 32,9 miliardi nel 2022.

Per tradurre quanto detto sopra in concreto, riportiamo un esempio pratico.

Per un albergo di medie dimensioni, ad aprile 2023, si osserva una flessione nel prezzo della bolletta elettrica del 5% rispetto al mese di marzo, ma rispetto ad aprile 2021 (4.654€) si è saliti di ben 30 punti percentuale.

Stesso paradigma per il gas. Nei mesi invernali 2023-2024 è e sarà presente una riduzione del 33% rispetto al biennio precedente, ma comunque superiore di 44 punti percentuale all'inverno 2020-2021.

Andamenti simili si registrano per diverse categorie commerciali: bar, ristoranti, generi alimentari.

Le spese energetiche non sono le uniche ad aver conosciuto un innalzamento repentino.

Strano ma vero, tra i servizi schizzati verso l'alto troviamo anche le assicurazioni. In particolare, quella per responsabilità civile obbligatoria, RC auto. Questa è salita di ben 18 punti percentuali rispetto al 2022 e costituisce un evento sui generis, dal momento che il sistema prestazionale sia rimasto invariato, erogando un servizio non dissimile dal precedente.

Sembra più una partita giocata sui costi di gestione, dal momento che non vi sia uniformità di rincaro nelle varie regioni italiane. Parlando in valore assoluto, la Campania guida la corsa all'aumento dei prezzi, ergendosi di quasi 80 punti percentuali più in alto della media nazionale, con valore di 943,76 euro.

Seguono Puglia e Calabria, rispettivamente con 613,22 euro e 604,39 euro.

Tra le più virtuose troviamo il Friuli-Venezia Giulia (370,23), la Lombardia (409,06 euro) e il Trentino-Alto Adige (413,03 euro).

Cila continuerà a monitorare la situazione e offrirà aggiornamenti sempre puntuali sulla questione.

ARTIGIANI E NATURA

DAL MONDO AUDIOVISIVO ALL'ARTIGIANATO: FINO A 75 MILIONI DI EURO PER CHI INVESTE SUI PRODOTTI GREENW

L'ecosostenibilità ha da sempre un ruolo importante, soprattutto all'interno di un'azienda. Possono partecipare al Bando, tutte le aziende che producono oggetti di architettura, biblioteche e musei.

Sono previsti 75 milioni di euro a fondo perduto per sostenere chi investe sui prodotti green. Sono previsti in uscita dalle ore 12 del 11 maggio fino al 12 luglio, sulla piattaforma Invitalia grazie ai fondi del PNRR 1 riguardanti digitalizzazione, cultura. Un enorme sostegno per i progetti e per la sensibilizzazione e divulgazione ambientale. Rappresenta una spinta in più ad aziende ed enti culturali impegnati nel percorso ecologico. Per dare un'ulteriore mano, e creare attività da affiancare ai

progetti, sia quest'ultimi e sia i prodotti hanno un unico comune denominatore: l'educazione ambientale in ambito culturale per promuovere e divulgare sempre di più l'innovazione e la progettazione ecocompatibile.

Gli ambiti in cui si svolgono le attività sono molteplici: musica; audiovisivo e radio (film/cinema, televisione, videogiochi, software e multimedia); moda; architettura e design; arti visive (fotografia); spettacolo dal vivo e festival; patrimonio culturale materiale e immateriale (archivi,

biblioteche e musei); artigianato artistico; editoria, libri e letteratura; area interdisciplinare (relativo ai soggetti che operano in più di un ambito di intervento tra quelli elencati). La Finalità degli interventi è di:

- Realizzare attività, progetti o prodotti sull'eco-design e sulla sostenibilità, e riuscire a trasmettere la sensibilizzazione a vasto pubblico verso tematiche ambientali.

- Ideare e fornire strumenti e soluzioni per la realizzazione di

eventi, attività e servizi culturali a basso impatto ambientale.

– Realizzare azioni di pianificazione strategica, organizzativa ed operativa per la redazione e attuazione di piani di sviluppo di governance, controllando sempre gli impatti ambientali.

– Realizzazione di prodotti culturali che abbiano una forte componente educativa e didattica finalizzati al rispetto dell'ambiente stesso.

– Realizzazione di attività di sviluppo e prototipazione sperimentale, con lo scopo di realizzare un ecodesign dei prodotti e soprattutto di recuperare, riutilizzare, riciclare quest'ultimi.

La transizione energetica è dei principali capitoli della transizione ecologica. Per questo è importante procedere a una riorganizzazione dei modelli di produzione e di consumo. Grazie alla transizione ecologica, si può contrastare il riscaldamento globale. L'Unione europea ha previsto di investire, tra il 2021

e il 2027, almeno il 25% del budget annuale nella TEE. Nel frattempo il Parlamento europeo ha collaborato con scienziati per adottare la tassonomia, una nuova legislazione sugli investimenti sostenibili, che dovrebbe permettere di convogliare capitali verso attività ecologiche.

D'altra parte, la transizione energetica incentiva le imprese a rinnovarsi e a muoversi verso nuovi modelli per innovare e creare servizi energetici che soddisfino le esigenze e le sfide ambientali. L'85% delle industrie europee e non, sono consapevoli, della nuova direttiva aziendale che mira alla sostenibilità.

Ma le aziende riscontrano ancora problemi, come: problemi legati all'energia, difficoltà a trovare degli operai qualificati o a non avere i dati organizzati per bene, compromettendo la trasparenza dell'azienda stessa e non arrivare ad un livello soddisfacente di sostenibilità.

Nonostante ciò il 90% delle aziende sono propense e convinte che adottare azioni ecosostenibili aiuti a raggiungere un successo

economico più duraturo nel tempo per l'azienda.

Ecco perché Cila appoggia fortemente tutte quelle aziende che oltre al bene dell'azienda e dei dipendenti che lavorano al loro interno pensano al bene che si può fare all'ambiente rispettandolo e preservandolo alle generazioni future.



Articolo di

Valentina Rulli

Laureanda in scienze del turismo, proveniente dalla provincia di Salerno ma di origini romane coltiva da sempre la passione per i viaggi e la conoscenza di nuovi territori e culture. Nel 2019 ha lavorato per un noto tour operator in Tunisia come animatrice. Tra le sue esperienze lavorative anche una piccola esperienza alla mostra d'Oltremare a Napoli grazie alla qualifica di hostess turistico congressuale.

Fin da piccola ha praticato sport e ha ballato per sette anni ginnastica ritmica e teatro danza e attualmente balla caraibico da quattro anni. Attualmente scrive per Cila e per una nota radio della Campania e spera di far diventare la sua passione per il giornalismo un lavoro. La sua filosofia di vita si rispecchia in una delle celebri frasi di Leo Bussaglia: "Ogni volta che impariamo qualcosa di nuovo, noi stessi diventiamo qualcosa di nuovo".



Il maltempo della conta dei danni

LA FILIERA AGRICOLA ROMAGNOLA TRAVOLTA DALL'ALLUVIONE

Terreni distrutti, frane, dissesti, coltivazioni e allevamenti devastati. È questo il tragico resoconto delle inondazioni che ha coinvolto 44 comuni emiliani e romagnoli, tra il bolognese e le province di Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini, Modena e di Reggio Emilia e che hanno compromesso l'intero settore agricolo

Emilia Romagna. Una terra di primati ed eccellenze, messa in ginocchio dalla devastante alluvione che si è abbattuta su di essa, in due diverse ondate, durante le prime settimane di maggio e da una irresponsabilità umana e politica che ha trascinato sotto una pesante coltre di fango e colpe, case, campi, aziende e, purtroppo, vite.

Additare la responsabilità ai soli cambiamenti climatici è riduttivo, anche se meno ridicolo di chi ha avanzato che la colpa dello straripamento di ben 23 corsi d'acqua sia da individuarsi nell'attività erosiva delle nutrie.

Sono queste, tutt'al più, concause, se non conseguenze di azioni più scellerate, che hanno contribu-

ito ad una tragedia forse evitabile, se si fosse provveduto a mettere in salvaguardia i territori con un adeguato piano di prevenzione ambientale e manutenzione, non avallando al contempo una forsennata cementificazione.

Questa è l'impetosa cartolina di una terra ricca, ma anche fortemente fragile. Non a caso, l'area interessata dal disastro è ricompresa in quella che viene definita Pianura alluvionale, ai piedi della catena appenninica, attraversata da un fitto groviglio di fiumi e torrenti. Una terra da secoli soggetta a

disastri ambientali simili, ma contro i quali ben poco si continua a fare.

E così, tra rimpalli di responsabilità e passerelle politiche, c'è chi comincia intanto a tracciare un bilancio dei primi danni.

Si parla di 5, se non addirittura 10, miliardi di euro. Questo è il computo ad una prima stima, ma la cifra potrebbe vertiginosamente salire.

Non c'è dubbio che il settore agricolo è quello maggiormente





colpito, con interi campi travolti dalla furia dell'alluvione, che ha compromesso coltivazioni e allevamenti.

Sono stati calcolati 6.000 euro di danni a ettaro per i seminativi e 32.000 euro a ettaro per frutteti, vigneti e oliveti. Cifre che non tengono conto dei danni arrecati a strutture e macchinari, nonché di quelli verificatisi nelle zone isolate, dove ancora è impossibile effettuare sopralluoghi.

Molte piante da frutto, tra cui peschi, kiwi e albicocchi (quelle cioè più sensibili al ristagno idrico) dovranno essere abbattute, in quanto danneggiate, assestando un duro colpo all'intera filiera ortofrutticola romagnola, una delle più attive e produttive a livello nazionale ed europeo. Ci vorranno, infatti, almeno 5 anni affinché il settore riesca a risollevarsi. Questo è il tempo che servirà a reimpiantare nuove colture in sostituzione di quelle sommerse dall'acqua.

Oltre i danni, da mettere in conto ci sono poi le conseguenze sul breve periodo e che coinvolgeranno il mercato agricolo e quello occupazionale.

Nel primo caso, atteso sarà un rincaro dei prezzi, specie sui pro-

dotti derivanti dalle coltivazioni di frutti più danneggiate e, secondo le stime di Italmercati - la rete nazionale dei mercati all'ingrosso - un calo della disponibilità di frutta a livello nazionale pari al 15-20%; nel secondo, invece, si prevede una perdita pari a 50 mila posti di lavoro.

Per far fronte all'emergenza è già attiva una solida macchina della solidarietà. Da parte sua il Governo si è impegnato a stanziare 2 miliardi di euro, mentre si attendono risposte da parte dell'Unione Europea, specie dopo la visita della Presidente della Commissione Europea, Ursula Von Der Leyen, che al momento si è limitata ad esprimere vicinanza alle popolazioni colpite dall'alluvione.

Come Cila ci impegniamo a ribadire la necessità di interventi strutturali e preventivi, specie nelle zone ad alto rischio idrogeologico. La tragedia romagnola ci pone di nuovo dinanzi alla sfida di occuparci del territorio e della necessità di piani di sviluppo calibrati sulle reali capacità di resistenza del terreno. Nell'ultimo secolo, lo sviluppo edilizio incontrollato e l'assenza di misure di manutenzione hanno logorato un territorio, quello nazionale, esposto ai rischi di precipitazioni violente e incontrollate,

specie ora che gli effetti dei cambiamenti climatici si fanno sempre più evidenti. Sono necessarie misure immediate e una burocrazia più snella e capace di dare risposte in tempi rapidi.

Quella dell'Emilia Romagna è stata una cronaca di una tragedia annunciata? Forse sì, come lo sono state tante altre, anche in tempi più recenti, che hanno devastato territori e spezzato vite.



Articolo di
Alessio Celletti

Classe 1989. Laureato in Beni Culturali, consegue poi la qualifica professionale in Redazione editoriale. Dopo aver lavorato come Addetto ufficio stampa presso una casa editrice romana, ha curato e gestito la comunicazione di diverse aziende. Attualmente collabora come copywriter con un'agenzia di comunicazione.

Mentre la politica ancora discute di ius soli e di flussi migratori centinaia di immigrati aprono aziende, assumono (3 milioni di italiani lavorano per loro) e versano alle casse dell'Inps circa 10 miliardi di euro l'anno. Come al solito la società civile è sempre un passo avanti rispetto alla politica, e nonostante le difficoltà che le imprese straniere, come quelle italiane, riscontrano: dalla burocrazia, alla tassazione improponibile, decidono di investire e arricchire il nostro Paese

Antonino Gasparo

Presidente Cila



**Artigianato
& Impresa**

Sede centrale:

Via Sant'Agata dei Goti, 4 • 00184 Roma
Tel. 06.69923330 • 06. 6797812 • Fax: 06.6797661

redazionevila@gmail.com • consulenza@cilanazionale.org
comunicazione@cilanazionale.org

www.cilanazionale.org • www.alaroma.it
www.uils.it • www.ispanazionale.org
www.consorziocase.com

 CILA Nazionale  Artigianato&Impresa
 @CILA_Nazionale  Cila Nazionale
 Cila Nazionale