



LA CRISI CHE PUNGE



AGRICOLTURA

BOZZA "VINI DEALCOLIZZATI".
LE NUOVE REGOLE PER LA
PRODUZIONE DI VINO SENZA ALCOL
O PARZIALMENTE DEALCOLATO



ARTIGIANATO E PMI

COSA È CONTENUTO NELLA
NUOVA DIRETTIVA UE IN TEMA
DI DIRITTO DI RIPARAZIONE?



COMMERCIO

GLI IMPATTI PER I
COMMERCianti NEI
PAGAMENTI CON POS







ARTIGIANATO & IMPRESA

Periodico mensile
a carattere socio-politico,
sindacale e culturale

Anno X
n. 12 - Dicembre 2024

CONTATTI:

-  CILA Nazionale
-  Artigianato&Impresa
-  @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

COORDINATORE DI REDAZIONE

Lorenzo Cuzzani

REDAZIONE

Alice Ceccarelli
Alessio Celletti
Lorenzo Cuzzani
Valentin Iancu
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
i 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. 12 | dicembre 2024 •



EDITORIALE

LA CRISI CHE PUNGE
..... 5



FOCUS

STUDIARE
'MADE IN ITALY'
..... 6

ARTIGIANATO E PMI

COSA È CONTENUTO
NELLA NUOVA
DIRETTIVA UE IN TEMA
DI DIRITTO DI
RIPARAZIONE?
..... 8



10.
COSA SI NASCONDE
NELLA NUOVA DIRETTIVA
UE 2024/1799?
..... 10



12.
COSA È DAVVERO
LA PROGETTAZIONE
ECOCOMPATIBILE?
..... 12



14.
SOCIAL MEDIA E
COMUNICAZIONE DIGITALE
FONDAMENTALI PER LE
PMI
..... 14



COMMERCIO

AUMENTO DAZI.
NON È UNA SOLUZIONE.
..... 16

GLI IMPATTI PER I
COMMERCianti NEI
PAGAMENTI CON POS
..... 18

DONNE E IMPRESE
NEL MADE IN ITALY:
L'IMPORTANZA
DEL SOSTENERE
L'IMPRENDITORIA
FEMMINILE
..... 20

IMPRENDITORIA FEMMINILE:
CUCIRE UN'IMPRESA
A MISURA DI DONNA
..... 22

AGRICOLTURA

BOZZA "VINI
DEALCOLIZZATI". LE
NUOVE REGOLE PER LA
PRODUZIONE DI VINO SENZA
ALCOL O PARZIALMENTE
DEALCOLATO
..... 24

I NOSTRI CONTATTI SOCIAL



CILA Nazionale



Artigianato&Impresa



@CILA_Nazionale



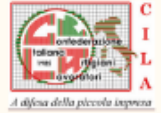
Cila Nazionale



Cila Nazionale



Cooperativa sociale per
i Servizi alla Famiglia ONLUS



5x mille

La donazione del 5xmille nella dichiarazione dei redditi rappresenta per la ONLUS un gesto di solidarietà e di partecipazione, a sostegno dei cittadini meno protetti. L'occasione ci è gradita per augurarVi buone ferie.

Il Presidente

Antonino Gasparo

➔ **Per rendere più efficace l'iniziativa chiediamo divulgazione e suggerimenti**

Versa il 5 x mille alla Cooperativa Sociale per i Servizi alla Famiglia ONLUS, aiuta i cittadini meno protetti.

La ONLUS ha istituito un **Fondo di Solidarietà** a sostegno del **Progetto Sociale Abitativo**, ideato dalla UILS (Unione Imprenditori e Lavoratori Socialisti) e dalla CILA.

Aiuta i cittadini che si trovano in disagio sociale abitativo e i piccoli imprenditori (artigiani, commercianti e agricoltori). La ONLUS chiede la cooperazione dei contribuenti al fine di agevolare il progetto sociale già avviato.

Per ulteriori informazioni visita il sito www.coopservizionlus.org

Come puoi partecipare?

Inserisci il **Codice Fiscale 06290741005** della ONLUS nel riquadro presente sui modelli per la dichiarazione dei redditi (Modello Unico, 730, CUD) e apporre la tua firma. Il tuo 5 x mille è una donazione i cui risultati saranno pubblicati sui siti www.coopservizionlus.org, www.uils.it, www.cilanazionale.org e sui i canali social.

La **CILA, Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani**, ha lo scopo di difendere e promuovere i diritti dei piccoli imprenditori.

La CILA coadiuvata da un team di professionisti, avvocati, commercialisti, architetti e ingegneri, si pone a sostegno di artigiani, commercianti e agricoltori associati, nel loro luogo di residenza.

I partecipanti possono contattarci tramite email: famiglia.servizi@gmail.com o al numero 06 69 923 330.

COOPERATIVA SOCIALE PER I SERVIZI ALLA FAMIGLIA ONLUS

Via di Sant'Agata de Goti, 4
00184 Roma

EMAIL:
famiglia.servizi@gmail.com

TEL. 06 69 923 330

Modello 730/2017
FAC-SIMILE

SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DELL'IRPEF (in caso di codice FISCALE o CUD) degli anni antecedenti

Scegliere dalle organizzazioni non lucrative di utilità sociale, dalle associazioni di promozione sociale e dalle associazioni ricreative che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett a), del D.Lgs. n. 460 del 1997

FIRMA *Nome Cognome*

Codice fiscale del beneficiario (eventuale) **06290741005**

AVVERTENZE: Per esprimere la scelta a favore di una delle finalità predette nella parte del rigo sopra indicata, il contribuente deve, all'atto della compilazione del modello, indicare il codice fiscale del beneficiario. La scelta deve essere fatta esclusivamente per una delle finalità predette.

Scadenza dichiarazione 730
dal 30/04/2024 al 30/09/2024

Modello UNICO
FAC-SIMILE

SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DELL'IRPEF

Scegliere dalle organizzazioni non lucrative di utilità sociale, dalle associazioni di promozione sociale e dalle associazioni ricreative che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett a), del D.Lgs. n. 460 del 1997

FIRMA *Nome Cognome*

Codice fiscale del beneficiario (eventuale) **06290741005**

AVVERTENZE: Per esprimere la scelta a favore di una delle finalità predette nella parte del rigo sopra indicata, il contribuente deve, all'atto della compilazione del modello, indicare il codice fiscale del beneficiario. La scelta deve essere fatta esclusivamente per una delle finalità predette.

Scadenza compilazione Modello Unico dal 15/04/2024 al 15/10/2025

LA CRISI CHE PUNGE



**Editoriale di
Antonino Gasparo**
Presidente CILA

Siamo edotti sulla smisurata crisi economica che ha coinvolto l'Italia già da anni e che fa sentire i suoi effetti sulla produttività e sull'occupazione. Purtroppo questo si è verificato soprattutto per la mancanza di un piano politico di ripresa economica equilibrata, condiviso anche tra tutte le forze sociali. Proposte che la politica, a oggi, non è stata capace di fare. Il Paese ha bisogno di una ripresa dell'occupazione e di sostenere le PMI per un'accelerazione della produttività.

La politica, da parte sua, non fa altro che cercare di distrarre cittadini e imprese, per nascondere la gravità della situazione economica. Questa inefficienza istituzionale, così, si è trasformata in una nostra protesta che vuole essere di richiamo e di esortazione affinché le forze politiche prendano atto del pericolo che tutti stiamo correndo.

Volendo, possiamo ancora pianificare un'azione condivisa tra tutte le forze sociali e produttive, disponibili a invertire le criticità in positività. Solo la ripresa produttiva, difatti, potrà produrre stabilità e sicurezza economica trainando con sé l'occupazione.

Le imprese, allo stato attuale, trovano solo ostacoli oggettivi di competitività. Con una scossa, bensì, potranno riprendere coraggio e respirare un'aria nuova. Esse sono e rappresentano l'unico strumento in grado di trainarci fuori dall'inattività produttiva e dalla crisi



occupazionale, nella quale la politica purtroppo ci ha trascinati.

La nostra ricchezza nazionale è basata sulla stabilità produttiva delle imprese, che costituiscono il perno principale della nostra economia. Riteniamo che le categorie minori: commercio, artigianato, agricoltura e micro impresa, siano quelle più laboriose e preparate della società e, per questo, ci auguriamo che non perdano il loro entusiasmo nel fare impresa.

Il ruolo che svolgono è importantissimo e fondamentale per il buon andamento dell'economia italiana e per tali ragioni, riteniamo che debbano essere maggiormente incoraggiate, sostenute e tutelate per metterle in condizione di poter proseguire la loro attività, fondamentale per il Paese.

Il periodico "Artigianato & Impresa" è nato proprio per questo. Per sostenerle e informarle mensilmente sulle novità legislative, d'interesse comune, nonché sugli incentivi economici, fiscali e finanziari disposti dalle leggi nazionali ed europee.

La CILA (Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani), di cui il periodico è espressione, rimane a disposizione di tutti coloro che ne facciano richiesta, per la ricerca della soluzione più adeguata alle specifiche esigenze.

STUDIARE 'MADE IN ITALY'

IL 2025 SI APRE
SUL SIGNIFICATO
PROFONDO DI
PENSARE AL FUTURO
PARTENDO DALLA
FORMAZIONE.

La Costituzione definisce l'Italia come una Repubblica fondata sul Lavoro. Sin dalla sua prima stesura, al secondo comma dell'Articolo 45, riconosce alla dimensione cooperativa ed imprenditoriale artigianale un ruolo trainante sia per la storia che per l'economia del Paese: "La legge provvede alla tutela e allo sviluppo dell'artigianato". La Costituzione si apre nel proposito di dare impulso al lavoro autonomo, alla crescita di una società plurale, in cui venga favorito il rafforzamento delle basi democratiche e d'impresa del Paese.

Durante quest'anno, CILA ha seguito con molto interesse le differenti opinioni su argomenti di fondamentale importanza per la collettività: transizione ecologica, digitale e di genere. Sono questi i temi più battuti dalla miriade di influencer che ogni giorno filtrano e veicolano informazioni e notizie, facendo da tramite verso un assetto culturale e globale piuttosto confuso. Ma non è questo il punto. Il tema centrale rimane piuttosto *come* ognuno di noi – vivendo in maniera diretta o indiretta queste dimensioni di transizione – possa continuare a vivere la propria quotidianità in maniera dignitosa e costruttiva, soddisfacente ed equilibrata. Si parla quindi e comunque di **lavoro**. Quasi all'inizio dell'anno – il 13 marzo – si è tenuto al Quirinale un incontro molto interessante: "Costituzione in Shorts". Dodici creator, youtuber e influencer, ognuno seguito da centinaia di migliaia di follower, sono

stati invitati dal Presidente della Repubblica per una conversazione sulla Carta Costituzionale Italiana, per ragionare insieme sulla direzione del Paese e sugli scenari futuri, che riguardano in maniera diretta i più giovani. Poco dopo, alla fine di giugno, è stato pubblicato uno studio altrettanto interessante, pubblicato dal Censis in collaborazione con Confartigianato, sulla percezione del lavoro da parte delle nuove generazioni. Il rapporto indica che l'Italia attraversa una sorta di glaciazione demografica: nell'arco dei prossimi 10 anni (2024-2034) la popolazione in età lavorativa (20-64 anni) diminuirà del 6,4% mentre al momento presente i disoccupati sono già il 24,2% (il valore più alto fra i Paesi europei). In questa situazione, emerge anche quasi un milione e mezzo di giovani tra i 18 e i 35 anni che non considera il lavoro come fulcro della propria vita e in generale ritiene prioritario avere tempo libero per sé, per la famiglia e per coltivare le proprie passioni. I giovani preferiscono occupazioni creative, con orari flessibili e possibilità di apprendimento anziché un impiego tradizionale, ripetitivo e organizzato in maniera gerarchica. È per questo che **l'87,9% degli intervistati si è detto orientato verso attività artigianali. Per le giovani generazioni esprimere la propria creatività, concretizzare idee e progetti, operare in autonomia e realizzare prodotti belli e unici rappresenta avere una qualità di vita superiore.** Si tratta di stime statistiche e, al di là di ogni schieramento, il messaggio è stato accolto. **Durante il 2024 il Ministero dell'Istruzione e del Merito ha inaugurato un percorso opzionale dedicato al Made in Italy all'interno dei programmi per le scuole dell'obbligo.** Attraverso questo nuovo percorso liceale, attivo dall'anno scolastico 2024/2025, gli studenti potranno esplorare gli scenari storici, geografici e culturali alla base del tessuto produttivo italiano, nonché l'evoluzione sociale e industriale del Paese. Il percorso formativo permette di acquisire competenze specifiche per la gestione d'impresa, le strategie di mercato e i processi produttivi e organizzativi. È concepito come un approccio multidisciplinare fra teoria e pratica,



FUTURI ARTIGIANI E IMPRENDITORI

Scopri i licei che offrono l'indirizzo Made in Italy

Sul sito del Ministero dell'istruzione e del Merito sono presenti tutti gli indirizzi per ogni Regione:

<https://unica.istruzione.gov.it/orientamento/guida-alla-scelta/dal-sistema-integrato-0-6-anni-al-secondo-ciclo-di-istruzione/nuovo-liceo-made-in-italy>

<https://youtu.be/HfrHwTV20ek>



Flavia Murabito

Laureata in Sociologia, lavora come freelance per ricerche storiografiche, 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.

atto ad avvicinare i ragazzi alle logiche imprenditoriali, con sbocchi professionali in tutti i settori di eccellenza del Made in Italy.

Come la storia insegna, il pensiero crea la cultura e la cultura crea il domani.

Noi di CILA vogliamo dedicare l'inizio del 2025 a questa significativa, nuova impostazione del sistema culturale e formativo della nostra Italia. Riteniamo non vi sia modo migliore di sostenere i lavoratori artigiani che quello di formare le giovani generazioni alla conoscenza, alla comprensione e all'approfondimento delle abilità che hanno fatto la storia dell'uomo e del nostro Paese. Oggi più che mai, vi invitiamo a spargere la voce fra i vostri, amici, figli e nipoti. CILA rimane a disposizione per consulenza ed orientamento: dalle vecchie alle giovani generazioni!

BRUXELLES LEGIFERA DA UN LATO
E SI NASCONDE DALL'ALTRO

COSA È CONTENUTO NELLA NUOVA DIRETTIVA UE IN TEMA DI DIRITTO DI RIPARAZIONE?

LA NOVELLA UE
2024/1799 IN TEMA
DI RICICLO
E INFORMATIVA

Il 30 luglio scorso è entrata in vigore la direttiva Ue 2024/1799.

Dopo una gestazione lunga e travagliata, l'UE introduce il diritto alla riparazione dei prodotti.

Figlia degli orientamenti sempre più cogenti in tema green, sostenibilità e tutto l'insieme di slogan tanto cari a Bruxelles, la direttiva si prefigge un obiettivo nobile e utile, rendendo potenzialmente felici tanti consumatori del vecchio continente e tante aziende desiderose di risparmiare sul costo di riacquisto di determinate categorie merceologiche.

Analizzeremo nel dettaglio la normativa e nel secondo approfondimento illustreremo perché, purtroppo, si tratti di ulteriore fumo negli occhi, coerente con quei buoni propositi di *marinettiana* memoria: **“armiamoci e partite”**.

Nel testo della direttiva si sancisce un principio fondamentale: “riparare è e deve essere meglio che riacquistare”.

L'Europarlamento si è dimostrato particolarmente sensibile nel salvaguardare i diritti di tutti gli utenti che spesso si trovano nel paradosso di scegliere se riparare un elettrodomestico o comprarne uno nuovo, optando per la seconda alternativa in virtù di un costo più conveniente.

Di convenienza si parla in ambito di costo opportunità, in quanto, molto spesso, la spesa per una riparazione in termini di tempo, selezione del riparatore, garanzia, elevati costi di componenti supera l'acquisto del nuovo strumento, già titolare di garanzia, funzionante, disponibile e spesso ottenibile a rate.

L'UE introduce l'obbligatorietà del principio di riparazione, rendendo tassativa la riparazione del prodotto tecnologico (di base il comparto elettronico) anche dopo il periodo biennale di garanzia legale. In più, si propone di potenziare e rendere più efficace anche il biennio di garanzia legale, insistendo su opzioni “più facili ed economiche”.

Summa del principio espresso in calce è la condizione di convenienza, vale a dire la sussistenza del diritto di riparazione se e solo se questa non oltrepassi la soglia della sostituzione.

I consumatori riceverebbero incentivi premiali per la scelta riparativa in luogo di quella sostitutiva, sempre all'interno del periodo di responsabilità.

La normativa predispone un insieme di sostegni finanziari al diritto di riparazione come fondi nazionali, voucher ed estensione della garanzia di un anno per i prodotti riparati.



Nel novero degli apparecchi titolari del particolare diritto alla riparazione compaiono lavatrici e lavastoviglie per uso domestico, asciugatrici, vari display elettronici e molto o poco altro.

Vedremo nel secondo approfondimento perché *poco altro*.

Per tutta la pletera di beni di consumo oggetto della direttiva è stabilito l'obbligo d'intervento, da parte dei produttori, fino a 10 anni dall'acquisto. In alcuni casi 5, secondo una serie di parametri tecnici come tipologia del prodotto, difficoltà smontaggio e lavorazione, accesso alla componentistica, accessibilità dell'expertise.

Da notare come i telefoni intesi come comparto smartphone, cordless e tablet entreranno a far parte dei prodotti oggetto della normativa solo quando saranno adottati i requisiti di riparabilità per la progettazione ecocompatibile. **Mossa alquanto furba.**

Gli elementi di novità della novella comunitaria sono da individuarsi nell'insieme di criteri che daranno luogo all'accesso al diritto di riparazione. Si parte dal nuovo parametro dell'usura, passando allo sviluppo di uno standard europeo di qualità e durata in tema di servizi di riparazione, continuando in ambito di disponibilità e delineando quindi uno standard minimo comune che definisca prodotti e riparatori.

Ampio risalto all'informazione obbligatoria dei consumatori da parte dei produttori.

I consumatori devono essere resi edotti di quali prodotti siano esenti dal nuovo diritto di riparazione sotto l'om-

brello UE. I fornitori devono predisporre una piattaforma destinata a chiarire i vari livelli dei prodotti ricondizionati e, conformemente alla trasparenza, approntare un modulo informativo europeo che abbia funzione di comparatore prezzi.

Altro caposaldo della normativa è il principio della ragionevolezza temporale della riparazione, in grado di complementarità con la fornitura di apparecchiature sostitutive nell'arco temporale interessato alla riparazione.

Fin qui, sembrerebbe uno sforzo normativo importante che possa legare il riciclo alla convenienza economica, come anche la creazione di risparmio con la riduzione di emissioni da produzione di nuovi prodotti.

Nel secondo approfondimento scopriremo perché tutto questo condizionale, con particolare riguardo alle parti in grassetto che disvelino una disciplina fallace e fuorviante.



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.

BRUXELLES LEGIFERA DA UN LATO
E SI NASCONDE DALL'ALTRO

COSA SI NASCONDE NELLA NUOVA DIRETTIVA UE 2024/1799?

L'EUROPARLAMENTO PROCLAMA
GRANDI NOVITÀ E SCARICA COSTI
E RESPONSABILITÀ SUI PAESI MEMBRI



Articolo di **Lorenzo Cuzzani**

La direttiva 2024/1799 ha raccolto il plauso di un'ampia maggioranza comunitaria.

Come anticipato nell'approfondimento precedente, sono diverse le insidie dietro una simile novella.



In primo luogo, giova sottolineare come l'estesa trattazione della materia sia entrata in vigore ma in fase di recepimento nazionale.

In breve, i paesi membri avranno due anni per adeguarsi alla direttiva elaborando una sistematica nazionale che traduca in legge quanto promosso da Bruxelles.

Contingenza buona e giusta, direbbero gli esperti di diritto dell'Unione Europea, con un *nulla quaestio* sul punto che metterebbe d'accordo anche i più scettici.

Il problema principale è che vi siano molteplici ordini di problemi a riguardo.

È possibile prendere le mosse con la considerazione n.2 di Parlamento e Consiglio, che statuisce: "Gli Stati membri hanno già introdotto o stanno considerando l'opportunità di introdurre norme per promuovere la riparazione e il riutilizzo dei beni acquistati dai consumatori al di fuori della responsabilità esistente del venditore stabilita dalla direttiva (UE)

2019/771. Le diverse norme imperative nazionali in questo settore rappresentano ostacoli reali o potenziali al funzionamento del mercato interno, con effetti negativi sulle transazioni transfrontaliere degli operatori economici che operano in tale mercato. Tali operatori potrebbero dover adeguare i loro servizi per rispettare le diverse norme imperative nazionali e dover sostenere costi di transazione aggiuntivi per ricevere la consulenza legale necessaria circa i requisiti della legge dello Stato membro in cui il consumatore risiede abitualmente, che si applicano a norma del regolamento (CE) n. 593/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, e adeguare di conseguenza i contratti per la prestazione di servizi di riparazione. **Ciò interesserà in particolare le piccole e medie imprese, che costituiscono la maggior parte del settore della riparazione.** La frammentazione giuridica potrebbe influire negativamente anche sulla fiducia dei consumatori nelle riparazioni transfrontaliere, a causa delle incertezze relative a fattori importanti per decidere se riparare i beni”.



La considerazione di cui sopra si pone come chiave di volta dell'intero impianto normativo, avvalendosi di un apodittico giustificazionismo che sia la causa e la conseguenza di se stesso.

L'UE non poteva essere più autoreferenziale di così, invertendo paternità causali economiche dalle proprie direttive creative ai paesi membri e sostenendo come siano proprio le ostative istituzioni nazionali a far lievitare i costi di conformità alla disciplina comunitaria.

È assolutamente il contrario.

In grassetto è indicato proprio il costo che l'UE non può sottacere alle pmi, vero motore a dell'Italia e da sempre centro di artigianato d'eccellenza. Né pare opportuno di parlare di *fiducia nelle riparazioni transfrontaliere*, in quanto sia arduo e annoso scegliere un riparatore estero a meno che la scelta non sia operata dal fornitore di riferimento e quindi non dal consumatore finale (Amazon,

Samsung, Google, Apple, Nvidia, ecc.). Risulta utile riportare integralmente l'Allegato II della direttiva, in modo da fornire l'elenco dei prodotti potenzialmente interessati:

- Lavatrici per uso domestico e le lavasciuga biancheria per uso domestico, regolamento (UE) 2019/2023 della Commissione.
- Lavastoviglie per uso domestico, regolamento (UE) 2019/2022 della Commissione.
- Apparecchi di refrigerazione, regolamento (UE) 2019/2019 della Commissione.
- Display elettronici, regolamento (UE) 2019/2021 della Commissione.
- Apparecchiature di saldatura, regolamento (UE) 2019/1784 della Commissione.
- Aspirapolvere, regolamento (UE) n. 666/2013 della Commissione.
- Server e prodotti di archiviazione dati, regolamento (UE) 2019/424 della Commissione.
- Telefoni cellulari, telefoni cordless e tablet, regolamento (UE) 2023/1670 della Commissione.
- Asciugabiancheria per uso domestico, regolamento (UE) 2023/2533 della Commissione.
- Beni che incorporano batterie per mezzi di trasporto leggeri, regolamento (UE) 2023/1542 del Parlamento europeo e del Consiglio.

Come è noto, l'allegato riporta una fonte per ogni categoria di prodotto, segnale inequivocabile che non basti la qualifica di prodotto (sic!) specifico, ma sia necessario rispettare ogni singola qualità richiesta dalla fonte di riferimento.

In più, non può sottovalutarsi come siano escluse tutte quelle macchine a uso professionale, delineando un enorme vulnus in ordine alle imprese tout court, il cui diritto alla riparazione è negato.

Ultimo, ma non meno importante, il requisito cardine dell'intera normativa, vale a dire quella **progettazione ecocompatibile** che si ponga come elemento di discriminazione dell'intera novella.

Una conditio sine qua non cogente che affronteremo nel prossimo e ultimo approfondimento sulla materia.

BRUXELLES LEGIFERA DA UN LATO
E SI NASCONDE DALL'ALTRO

COSA È DAVVERO LA PROGETTAZIONE ECOCOMPATIBILE?

LA PROGETTAZIONE ECOCOMPATIBILE
AL CENTRO DELLO SCARICABARILE UE



Articolo di **Lorenzo Cuzzani**

Fondamentale criticità endemica alla novella 1799 è quel termine ricorrente sia nelle considerazioni iniziali sia in alcuni articoli della direttiva, la cui portata costituisca il cavillo omnia dell'intera disciplina: **progettazione ecocompatibile**.

Tale termine ricorre in primis nella considerazione iniziale n.9 della novella: "Le specifiche di riparabilità dovrebbero comprendere tutte le specifiche previste dagli atti giuridici dell'Unione che garantiscono la possibilità di riparare i beni, comprese, tra l'altro, le specifiche nell'ambito del quadro della **progettazione ecocompatibile** di cui al regolamento (UE) 2024/1781, al fine di coprire un'ampia gamma di beni nonché le evoluzioni future in altri settori del diritto dell'Unione".

È presente anche nella considerazione n.21 in cui, dopo un'introduzione che illustri quanto sia necessario contemperare l'esigenza del consumatore finale con quella dell'eccessiva onerosità sopravvenuta per il fabbricante, prosegue enucleando ancora la solita circostanza di esclusione dei prodotti dal decantato diritto di riparazione: "L'obbligo di riparazione dovrebbe corrispondere all'ambito di applicazione delle

specifiche di riparabilità, ad esempio **le specifiche di progettazione ecocompatibile potrebbero essere applicate solo a determinati componenti dei beni oppure potrebbe essere stabilito un periodo di tempo specifico per la messa a di-**



sposizione delle parti di ricambio. L'obbligo di riparazione a norma della presente direttiva, che consente al consumatore di chiedere la riparazione direttamente al fabbricante nella fase post-vendita, dovrebbe integrare le pertinenti specifiche di riparabilità sul piano dell'offerta stabilite, ad esempio, nel **regolamento (UE) 2024/1781**, incentivando le richieste di riparazione da parte dei consumatori”.

Come è noto, questa progettazione ecocompatibile si pone come circostanza escludente, proprio in virtù di una ratio che non favorisca il diritto alla riparazione in quanto tale, ma solo a determinate condizioni, ovvero quelle relative alla fonte di cui sopra, *recante Il quadro per la definizione dei requisiti di progettazione ecocompatibile per prodotti sostenibili*.

Tale cornice richiamata in tutta la direttiva 1799 si compone di ben 122 considerazioni preliminari, 80 articoli divisi in 13 capi e 8 allegati.

È comprensibile come il regolamento UE 2024/1781 sia ben più che una fonte di riferimento per la direttiva 1799, diventandone di fatto la linea guida e orientandone il funzionamento.

Sistematica completamente dipendente dall'allegato I del regolamento 1781, che individua concretamente, a livello comunitario, quali siano i parametri che definiscano il prodotto nell'alveo della progettazione ecocompatibile:

- Durabilità e affidabilità del prodotto in senso di durata garantita e tempo medio tra due guasti.
- Facilità di riparazione e manutenzione nel senso di disponibilità e tempi di consegna e accessibilità economica alle parti di ricambio.
- Facilità di miglioramento e ricondizionamento sia a livello di prodotto sia di materie prime utilizzate.
- Facilità di riciclaggio.

La lista è interminabile e spazia dalla quantità di acqua utilizzata, al tipo e ammontare di plastica impiegata, fino a complesse meccaniche di riciclo, non uso di determinate sostanze e tutta una serie di diktat su meccanismi accettati e non.

È palese come un simile impianto normativo che qualifichi con estrema difficoltà cosa sia progettato in maniera compatibile e cosa no, basti da solo a squalificare un innumerevole novero di prodotti che, secondo una recente indagine di **Open Repair Alliance**, ammonterebbe al 96% dei prodotti di consumo.

Se a tutto questo si aggiunge la contingenza dell'art.3 della direttiva 1799, la quale ammonisca sulla non adozione a livello nazionale di alcuna disposizione divergente da quelle addotte nella direttiva, pena, aggiungiamo, la ben nota procedura d'infrazione, si può tristemente concludere come non solo si sia in presenza di una direttiva miope e asservita ai soliti slogan contro l'economia reale, ma sia lapalissiano come l'UE abbia abbandonato ogni barlume di armonizzazione normativa a vantaggio di imperativi che non ammettano replica.



LA COMUNICAZIONE SEMPRE PIÙ AL CENTRO
DELL'ATTIVITÀ DELLE PMI

SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE FONDAMENTALI PER LE PMI

5 DOMANDE SCOMODE A UN SOCIAL
MEDIA MANAGER: SOCIAL MEDIA E PMI



Articolo di **Lorenzo Cuzzani**

La comunicazione è sempre più rilevante nel mondo imprenditoriale.

Oggi, più che in passato, assume una connotazione identitaria che prima quasi non esisteva.

La pubblicità c'è sempre stata, ma il tipo di format comunicativo-informativo odierno rende la strategia comunicativa la cartina tornasole di un'azienda.

In una contemporaneità permeata di immediatezza, sistema di rating, campagne comunicative e sentiment diffusi, un buon piano comunicativo si pone al centro del raggiungimento di quella marginalità tanto anelata da qualunque tipo di impresa.

Senza dimenticare il ruolo dei social media, spesso ago della bilancia di entrata o uscita in un mercato ma anche del consolidamento della propria posizione.

Per documentare questo trend siamo con un esperto di settore, **Marco di Giacomantonio**, CEO di **I-PR Agency**, agenzia di comunicazione che vanta un portfolio di collaborazioni di successo anche con diverse PMI.

Marco, partiamo subito: i social media stanno davvero aiutando le piccole e medie imprese a crescere o sono solo un clamore momentaneo?

I social media possono essere fondamentali per le PMI, forse ancor più che per le grandi aziende, perché offrono un accesso diretto ai clienti senza costi elevati. Tuttavia, per avere risultati concreti, le PMI devono capire che i social media non sono solo una vetrina, ma uno strumento per comunicare, costruire relazioni e ascoltare i clienti. Se vengono usati solo per postare in modo casuale, non ci sarà un vero ritorno. Le PMI che investono in una strategia mirata vedono la differenza.

Parliamo di ROI (Return Of Investment). Molte PMI ci dicono che misurare i risultati sui social



sia difficile e talvolta nebuloso. È davvero così complicato capire il ritorno sull'investimento?

Non è complicato, ma ci vuole metodo. Per le PMI, il ROI non deve essere misurato solo in vendite dirette, ma anche in parametri come la visibilità del brand, il coinvolgimento dei clienti e l'espansione della base di utenti. Le PMI, più delle grandi aziende, possono trarre vantaggio da un approccio che combina vendite dirette con la costruzione di una reputazione online. Con il giusto monitoraggio, anche le piccole aziende possono quantificare l'impatto dei social media.

A proposito di monitoraggio, quanto è importante il social listening per le PMI? È una spesa che vale davvero la pena affrontare?

Assolutamente sì, soprattutto per le PMI. Il social listening consente loro di ascoltare le conversazioni in rete e capire cosa pensano i clienti del brand o di temi correlati. Per le PMI, questo feedback è inestimabile perché permette di rispondere in modo rapido e adattare la propria offerta, migliorando la percezione del brand e, in alcuni casi, prevenendo situazioni di crisi. Non è un lusso, è un investimento che restituisce valore tangibile.

Molte PMI si affidano agli influencer per aumentare la visibilità, ma sono campagne che funzionano davvero o è una bolla destinata a scoppiare?

Funzionano, ma devono essere scelte attentamente. Per le PMI, i micro-influencer, con un pubblico meno ampio ma molto coinvolto, spesso danno risultati migliori. Le collaborazioni devono essere autentiche e coerenti con i valori dell'azienda. Se l'influencer e l'azienda non condividono un target simile, la campagna rischia di non generare risultati. Quindi, sì, possono funzionare, ma solo con una scelta strategica e mirata.

Guardando al futuro dei social media, come si evolveranno per le PMI nei prossimi anni?

Nei prossimi anni vedremo un'evoluzione significativa verso una personalizzazione più marcata e un'interazione più diretta. Le PMI avranno nuove opportunità per personalizzare i contenuti e interagire in modo specifico con i clienti, anche grazie all'intelligenza artificiale. La privacy sarà un tema centrale: le PMI dovranno essere pronte a rispettare regole sempre più severe in materia di dati. Chi saprà adattarsi sarà in vantaggio. Insomma, i social media continueranno a rappresentare un'opportunità per le PMI, a patto di saperli utilizzare in modo consapevole.

Grazie, Marco, per queste risposte dirette e preziose!

Grazie a te! Per le PMI, è importante conoscere questi aspetti per approfittare al meglio dei social media.

GUERRA DEI DAZI

AUMENTO DAZI. NON È UNA SOLUZIONE

TRA USA E UE È GUERRA DEI DAZI

La nuova Guerra di Trump si combatte a suon di percentuali, quelle sull'importazione di beni dall'estero: Cina, Canada, Messico, Unione Europea sono alcuni degli Stati sotto attacco.

Il presidente americano colpisce in Europa l'importazione di Acciaio e Gas definendola una minaccia all'economia e alla sicurezza degli Stati Uniti.

È così che il mondo industrializzato sembra ripiombare in un momento nella fumosa atmosfera del proibizionismo della Grande Depressione del 1929: è quello che sostengono i 1100 economisti firmatari di una lettera indirizzata a Trump che riprende un estratto della lettera al Congresso del 1930; il che è già di per sé piuttosto significativo.

Ma procediamo con ordine: l'epiteto "Guerra dei Dazi" fa capolino sulle testate internazionali durante l'estate del 2018, quando diventano definitivi i preannunciati Dazi che gli USA hanno imposto sull'importazione di alcuni prodotti europei. La tassa sull'importazione dell'acciaio

ammonta al 25% mentre quella sull'importazione di Gas al 10%. Il tutto per un totale di 6,4 mld di Euro che passerebbero dalle tasche dei produttori di materie prime europei a quelle dello Stato americano. Per continuare ad esportare, i produttori europei dovrebbero abbassare i prezzi di vendita dei loro prodotti per sopperire all'inevitabile rincaro dovuto alla forte tassazione e calmierare in questo modo il costo della produzione, che altrimenti non sarebbe più competitiva. In questo modo però le aziende vedrebbero i propri utili abbassarsi e l'esportazione meno remunerativa col rischio di sospenderla perché poco remunerativa. Di conseguenza coloro che necessitano di materie prime o prodotti finiti, in questo caso acciaio o gas, si rivolgerebbero ad aziende americane produttrici, che vedrebbero aumentare il proprio fatturato, unicamente come conseguenza di un aumento dei dazi sui prodotti concorrenti.

In effetti il piano di Trump è ben congegnato: per quanto riguarda l'acciaio, secondo i dati ufficiali, le aziende produttrici americane lavorano al 75,4% delle loro possibilità, fornendo 81,6 milioni di tonnellate di acciaio l'anno. Gli USA ne consumano circa 108 milioni di tonnellate. Ciò significa che se la capacità produttiva delle aziende USA fosse al 100% riuscirebbero da

soli a supplire (con 26 Milioni di tonnellate in più) al fabbisogno nazionale.

Il ragionamento di Trump sembra non avere nemmeno una pecca. Forse una però ha fatto capolino in questi mesi: una guerra commerciale internazionale. Come la propagazione di un'onda su un lago ne increspa tutta la superficie, le leggi sui dazi di Trump si sono velocemente allargate in quello che è un mondo fortemente globalizzato, creando effetti indesiderati pienamente prevedibili.

Dopo la crisi del 1930 e il protezionismo diffuso che caratterizzò la seconda guerra mondiale, nascono delle organizzazioni atte a tutelare gli interessi del commercio internazionale e ad evitare situazioni come quella post-Grande Depressione: la WTO e la Banca Mondiale, che Trump ha completamente scavalcate.

Ad un colpo di cannone si risponde con la forza dei cecchini. L'Europa impone dazi sui principali prodotti importati dagli States: i jeans Levis, le moto Harley Davidson, il burro di arachidi sono solo alcuni di una lunga lista. I dazi imposti dalla UE equivarrebbero a circa 2,8 mld di euro.

Per tutta risposta, il Governo americano minaccia tasse sul settore automobilistico europeo pari al 25% (attualmente al 2,5%).

Si inserisce in questa escalation di terrore per una guerra senza fine, che sembrerebbe appena cominciata, la notizia di un accordo tra Junker e Trump durante un incontro alla Casa Bianca avvenuto il 24 luglio. Le due potenze sembrerebbero aver trovato un accordo e i fagioli di soia sarebbero i pacificatori dello scontro. Tra gli altri

termini dell'accordo figura infatti, anche l'impegno da parte dell'Europa ad importare più fagioli di soia made in USA. Parrebbe, in ogni caso, che l'accordo porti le parti ad eliminare completamente le barriere commerciali, ad eccezione di quelle per il commercio di automobili (una settore di commercio quanto meno imponente).

Ci auguriamo che questo resti un accordo concreto, e non solo a parole, e che la guerra commerciale arresti il suo flusso distruttivo. Questo perché di fatto ad essere colpiti sarebbero soprattutto i piccoli consumatori (vedrebbero aumentare il prezzo di alcuni prodotti che prima acquistavano) e le piccole aziende che subirebbero il rincaro delle materie prime importate, obbligandole così ad aumentare i prezzi, col rischio di una riduzione delle vendite, o a diminuire i ricavi, mantenendo i prezzi costanti.



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. Consegue 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 Sapienza.

MISURE CONTRO L'EVASIONE

GLI IMPATTI PER I COMMERCianti NEI PAGAMENTI CON POS

LA LEGGE DI BILANCIO 2025 RIPISTA I RIFLETTORI SUL TEMA DEI PAGAMENTI CON POS, INTRODUCENDO DISPOSIZIONI CHE CONTINUANO SULLA LINEA DELLA LOTTA ALL'EVASIONE

Con la Legge di Bilancio 2025, il governo italiano punta a rafforzare il contrasto all'evasione fiscale, anche attraverso norme più rigide su terminali POS. In particolare, il Disegno di legge introduce obblighi di trasparenza per gli esercizi commerciali, come il possibile scontrino elettronico, per ridurre l'evasione fiscale e migliorare l'efficienza amministrativa e soprattutto l'interconnessione tra dispositivi di pagamento e registratori telematici. Le nuove disposizioni diventeranno operative dal 1° gennaio 2026, concedendo un periodo di transizione agli esercenti e alle istituzioni per adeguarsi ai nuovi obblighi.

La legge italiana obbliga i commercianti a dotarsi di POS dal 2014 e, dal Decreto Legge 152/2021, vieta di rifiutare pagamenti elettronici, prevedendo sanzioni per i trasgressori. La norma, in linea con le di-

rettive europee, mira a contrastare l'evasione fiscale e ad adeguarsi alle nuove abitudini dei consumatori. Il Decreto inoltre stabilisce una multa di 30 euro per ogni transazione rifiutata senza POS, aggiungendo il 4% dell'importo negato. Non esiste un limite massimo alle sanzioni, esponendo i trasgressori a perdite economiche significative e a un danno d'immagine presso i consumatori. L'introduzione delle sanzioni fu criticata da Fratelli d'Italia, ai tempi il principale partito all'opposizione del governo Draghi, che ha chiesto l'eliminazione delle commissioni a carico dei commercianti per l'uso del POS. Una posizione condivisa anche dalle principali associazioni di categoria nei settori del turismo e del commercio.

I commercianti si sono mostrati critici del provvedimento, visto il fatto che per soddisfare le disposizioni si devono sostenere diverse spese per l'utilizzo del POS, tra cui l'acquisto e l'installazione del dispositivo. Le spese più contestate, tuttavia, sono state quelle relative alle commissioni che gli esercenti devono pagare per consentire ai clienti di utilizzare carte di debito o credito. Le commissioni sono divise fra vari operatori, tra cui le banche, i circuiti come Bancomat, Mastercard o Visa e le spese tecniche di acquisizione dei pagamenti. Esse rappresentano un costo difficile da determinare con precisione visto che, sebbene siano noti i valori massimi delle commissioni, questi non riflettono sempre quelli effettivamente applicati.

Il sistema risulta poco trasparente, anche se negli ultimi anni si sono registrati miglioramenti, principalmente a causa della concorrenza. Ogni banca applica le proprie commissioni, cercando di mantenerle riservate per evitare di perdere clienti.



Per quanto riguarda le nuove disposizioni, dal 2026, grazie al comma 1 dell'art. 9, che modifica il comma 3 dell'art. 2 del decreto legislativo 5 agosto 2015, n. 127, sarà introdotto l'obbligo di integrare i terminali di pagamento elettronico, sia fisici che digitali, con i registratori telematici. Questo collegamento consentirà di registrare automaticamente i dati essenziali delle transazioni elettroniche, garantendo comunque la tutela della privacy poiché non saranno inclusi i dati identificativi dei clienti. Inoltre, gli esercenti potranno trasmettere all'Agenzia delle Entrate il totale giornaliero dei pagamenti elettronici ricevuti, indipendentemente dalla registrazione dei corrispettivi, con l'obiettivo di migliorare la tracciabilità delle transazioni e potenzialmente incrementare le entrate fiscali. I commi 2 e 3 stabiliscono un sistema di sanzioni per assicurare il rispetto dei nuovi obblighi. È anche prevista la possibilità di sospendere la licenza o l'autorizzazione all'attività per chi viola le disposizioni dei commi 1 e 2. Queste misure interdittive mirano a svolgere un forte ruolo deterrente, incentivando la conformità alle normative.

Dopo aver combattuto in passato contro misure che considerava troppo restrittive per i commercianti, oggi la premier Giorgia Meloni si trova a rafforzare quei provvedimenti, con l'obiettivo di intensificare la lotta all'evasione fiscale e, soprattutto, incrementare le risorse per l'erario attraverso accertamenti fiscali più accurati e una riscossione delle tasse più efficiente. Alcuni commercianti, come quelli che gestiscono

attività con margini ridotti come le edicole, vedono le commissioni dei pagamenti elettronici come un onere aggiuntivo, ma riconoscono anche i vantaggi della sicurezza e praticità dei pagamenti digitali, che sono molto apprezzati dai clienti.



Valentin Iancu

Laureato con lode in Scienze politiche presso l'Università di Siena, con un background accademico in Mediazione linguistica. Durante gli studi ha sviluppato un forte interesse per la scrittura giornalistica e per lo sviluppo e la comprensione delle dinamiche politiche e sociali. Attualmente frequenta il Master per Esperti in politica e relazioni internazionali della LUMSA.

IMPRESA E GENERE

DONNE E IMPRESE NEL MADE IN ITALY: L'IMPORTANZA DEL SOSTENERE L'IMPRENDITORIA FEMMINILE



In Italia, meno di un imprenditore su tre è donna. Questo è quanto emerge dal report Istat sulle donne imprenditrici, pubblicato l'8 marzo 2024. È un dato che mostra un notevole *gender gap*, nonché un'importante disuguaglianza con la media europea. L'Osservatorio per l'imprenditoria femminile di Unioncamere ha infatti evidenziato come nel 2023 il 22,2% del totale del tessuto produttivo nazionale fosse formato da imprese

IL GOVERNO E LE REGIONI HANNO STANZIATO DEI FONDI PER FINANZIARE LE IMPRESE CON A CAPO UNA MAGGIORANZA FEMMINILE. “SERVONO PARI DIRITTI E PARI DIGNITÀ TRA UOMINI E DONNE”, COMMENTA IL PRESIDENTE DELLA CILA, ANTONINO GASPARO.

femminili. La media europea si attesta invece al 32%. I risultati dell'analisi dell'Osservatorio di Unioncamere sono chiari: tendenzialmente, le imprese femminili sono di piccola dimensione, hanno una produttività inferiore del 60% rispetto alle aziende gestite da uomini e hanno un tasso di sopravvivenza inferiore. Il trend è dimostrato dai numeri: le imprese femminili sono diminuite di 11mila unità nell'ultimo anno, di

cui 6mila solo nel settore agricolo. Lo svantaggio per le imprenditrici è dovuto ancora a pregiudizi e stereotipi di genere: non è un caso, quindi, se nei settori tipicamente maschili, come quello delle costruzioni, solo il 2,9% degli imprenditori è donna.

A salire invece è il numero delle imprese rosa in ambito scientifico e tecnico, settori a prevalente partecipazione maschile: il tasso di *femminizzazione* sfiora il 20%, in leggero aumento rispetto al 2022. Uno studio della società di consulenza McKinsey sottolinea la necessità di sostenere l'imprenditoria femminile nel settore tecnico-scientifico: se l'Europa riuscisse a incrementare del 45% la presenza di donne in ambiti STEM, il Pil aumenterebbe di circa 600 miliardi di euro.

Un dato positivo sulla parità di genere in campo imprenditoriale arriva dalle imprese straniere in Italia. Sebbene gli stranieri nel business nazionale siano poco più del 10%, la presenza femminile è molto corposa. Tra gli imprenditori provenienti dai paesi europei, il 42,5% è donna e in prevalenza di origine rumena.

Il governo italiano riconosce l'importanza nel sostenere l'imprenditoria femminile. Per incentivare questo tassello fondamentale del sistema produttivo nazionale, l'esecutivo Meloni ha creato, nel 2021, il Fondo impresa femminile. Grazie agli aiuti del PNRR, sono stati stanziati 400 milioni di euro per finanziare programmi di investimento in diversi settori, dall'agricoltura al turismo. Requisito fondamentale: presenza di almeno il 60% di donne socie dell'azienda che si vuole presentare.

Anche il Comune di Roma sostiene l'imprenditoria femminile.

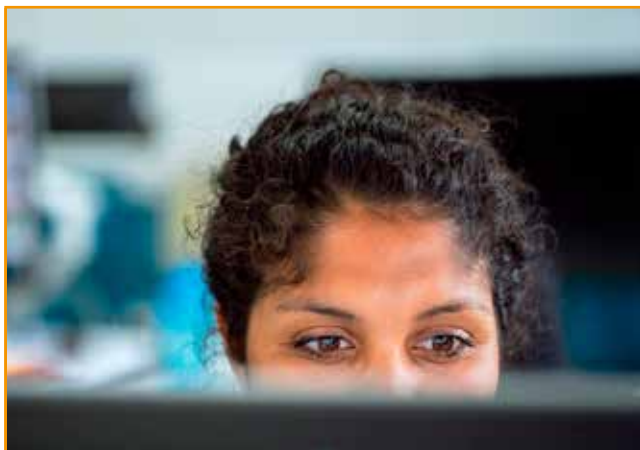
Con il bando "L'impresa Made in Roma al femminile" il Campidoglio sostiene la cultura imprenditoriale al femminile, erogando dei contributi a fondo perduto a piccole e medie imprese con a capo una dirigenza formata per due terzi da donne.

L'importanza del sostenere l'imprenditoria femminile è un tema caro alla CILA. Ne parla Antonino Gasparo, Presidente della Confederazione.

Quanto è importante sostenere il lavoro delle donne nelle imprese italiane?

Non ci dovrebbe essere differenza tra lavoro maschile e femminile. La CILA è a difesa della piccola imprenditoria e dei diritti che la legge e la normativa le concede. L'imprenditoria femminile va sostenuta, al pari di quella maschile. Non ci dovrebbe essere differenza: il lavoro deve garantire a tutti la stessa dignità. Servono condizioni adeguate al tipo di situazione.

Sulle donne insistono problematiche differenti, come la mancanza di tempo dovuta a problemi esterni all'azienda stessa. Per questo servono pari diritti e pari dignità tra uomini e donne. Bisognerebbe assistere le donne in



queste situazioni, cercando anche un adeguamento nella distribuzione dei tempi.

In che modo il Governo dovrebbe sostenere l'imprenditoria femminile?

Negli aspetti di sviluppo, le imprese di uomini e donne vanno sostenute nello stesso modo, seguendo un principio di uguaglianza che sennò verrebbe a mancare. Lo Stato dovrebbe prendere provvedimenti e cercare di eliminare le disparità. Per esempio con le pensioni: servono pari diritti, servono i sostegni sociali per garantire una vita dignitosa, senza preoccupazioni. A prescindere dall'impresa, le donne dovrebbero essere sostenute, per garantire loro una sicurezza economica e sociale.



Alice Ceccarelli

Classe 2002, romana di Roma. Laureata in lingue, attualmente frequenta il corso di laurea magistrale in Editoria e giornalismo a La Sapienza. La contraddistinguono una spiccata curiosità e una buona dose di gentilezza, o almeno così la descriverebbe sua mamma. Il suo talento? Inventare e raccontare battute discutibilmente divertenti. Da grande vuole diventare giornalista, scoprire il mondo e raccontarlo.

IMPRESA E GENERE

IMPREDNITORIA FEMMINILE: CUCIRE UN'IMPRESA A MISURA DI DONNA

CONCILIAZIONE VITA PRIVATA E LAVORATIVA; CREDIBILITÀ; ACCESSO AL CREDITO. LE DIFFICOLTÀ PER LE DONNE NEL PORTARE AVANTI UN'AZIENDA

Nel 2023, i dati di Unioncamere hanno registrato 1 milione e 325 mila imprese guidate da donne. Queste rappresentano il 22,2% del totale delle aziende italiane, ma è un numero in decrescita. Altre indagini mostrano infatti come il 70% delle imprenditrici riscontrino una serie di difficoltà che portano alla chiusura delle proprie imprese: conciliazione di vita privata e aziendale, meno credibilità rispetto ai colleghi uomini, maggiori ostacoli per l'accesso al credito.

Se per favorire l'accesso al credito il Governo ha creato il Fondo impresa femminile, credibilità e necessità di conciliare vita privata e impresa sono temi ancora dibattuti, nonostante accomunino tutte le donne lavoratrici e continuino a essere sostenuti dalle diverse associazioni che si occupano della lotta per la parità di genere.

La difficoltà nell'accesso ai finanziamenti, così come evidenziato dal terzo rapporto nazio-



Articolo di Alice Ceccarelli

nale sull'imprenditoria femminile presentato da Unioncamere nel 2016, si deve anche al poco interesse da parte degli investitori di concedere un credito in settori che, oltre ad avere un basso valore di mercato, crescono meno velocemente in dimensione e fatturato. La nota informativa pubblicata nel 2016 dalla Commissione Europea e dalla OECD – Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico – ha poi sottolineato come le donne tendano ad aprire imprese in settori che hanno una bassa potenzialità di generare reddito, confermando di fatto il timore delle imprenditrici per gli ostacoli al credito. La nota individua tra le imprese che le donne maggiormente costituiscono le lavanderie, i centri estetici, le sartorie.

Le statistiche sulle sartorie in Italia mostrano come le donne dominino in questo settore.

Stando ai dati forniti nel 2019 dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, in Italia si contano 9 mila sartorie artigiane, con un numero di addetti pari a circa 13 mila. Il 72,5% di queste sono a conduzione femminile. La percentuale arrivava a toccare la punta del 90% in alcune città del nord Italia, con Pordenone come prima provincia per numero di imprese artigiane nel settore della sartoria e confezione su misura

di abbigliamento. Si assiste a una vera e propria ribalta: nel 2013, infatti, la metà di queste attività preferiva assumere uomini, con una media di lavoratori di sesso maschile pari al 70,1%.

Abbiamo parlato della difficoltà di accesso al credito, conciliazione di lavoro e vita privata e credibilità con Nadia, proprietaria di un'attività sartoriale a Roma nord.

Quanto è difficile portare avanti un'impresa e come fare per far coincidere lavoro e vita personale?

Lavoro e vita personale sono fortemente legati per una donna. Abbiamo una casa da portare avanti, figli da crescere e, nel caso in cui si abbia anche un'azienda, le cose si complicano ulteriormente. Soprattutto all'inizio, quando l'impresa è ancora giovane e servono tutte le energie per far sì che il progetto cresca e vada avanti. La difficoltà sta proprio nel riuscire a conciliare tutte queste cose e non lasciare indietro nessuna delle due.

Perché, secondo Lei, è in calo il numero delle imprese femminili? A cosa si deve lo svantaggio?

Le imprese femminili sono in calo proprio perché le donne non hanno modo di dedicarsi completamente alla propria attività. Nel mio caso, per esempio, ho un'attività tutta al femminile, anche perché sarti se ne trovano pochi, nonostante la grande tradizione di sartoria maschile italiana. Le mie collaboratrici sono tutte donne e hanno ognuna i propri impegni casalinghi. Io cerco nel mio piccolo di andare sempre incontro a queste necessità, ma spesso io stessa mi trovo in difficoltà. Per fortuna riusciamo a metterci d'accordo e rimanere sempre al passo con il lavoro. Ma altre donne imprenditrici che magari non possono contare sull'aiuto di dipendenti non riescono a reggere il passo. A quel punto, non resta loro che chiudere.



Perché, come Lei stessa ha detto, nonostante la grande tradizione maschile in Italia, oggi la maggior parte delle attività sartoriali sono portate avanti da donne?

Come succede per le pulizie, si pensa che la sartoria sia un lavoro da donne. C'è bisogno di invertire questa tendenza. Gli uomini pensano che cucire non sia da maschio. Io invece dico che le grandi sartorie italiane sono nate dalle mani di uomini.

Ha usufruito dei fondi messi a disposizione dal Governo o dalla regione? Secondo Lei bastano o c'è bisogno di azioni più concrete?

Sì, ho usufruito dei fondi del Governo. Sicuramente non sono bastati, considerando l'affitto del locale, l'acquisto delle macchine e degli attrezzi da lavoro, lo stipendio delle dipendenti. È comunque stato un buon inizio da cui partire. Penso che bisognerebbe puntare di più per esempio sugli asili condominiali, che aiuterebbero tante donne, e non solo le imprenditrici. Sarebbero poi comode altre soluzioni, come una maggiore flessibilità negli incontri con maestri e professori, che potrebbero svolgersi per esempio online.

Perché è importante sostenere l'imprenditoria femminile?

Le imprese vanno sostenute perché possano sopravvivere, di qualunque tipo queste siano, e il lavoro va sempre tutelato, sia maschile che femminile. Ma penso che l'intuito, la flessibilità e la capacità di conciliare lavoro e vita personale caratterizzano maggiormente le donne e danno quel tocco in più. E sono sicuramente qualità da difendere a ogni costo.

BOZZA “VINI DEALCOLIZZATI”. LE NUOVE REGOLE PER LA PRODUZIONE DI VINO SENZA ALCOL O PARZIALMENTE DEALCOLATO



“Ma che ci frega, ma che ci importa, se Lollobrigida al vino ci mette l’acqua”. Lontani i tempi in cui ci si scandalizzava per la decisione europea di ridurre il livello di alcol nel vino o quelli in cui si sbraitava contro quei Paesi che emulavano i prodotti nostrani, il MASAF si adegua alle tendenze e alle direttive per la salvaguardia e il prestigio del Made in Italy che piace all’estero

Lo scorso 2 ottobre è stato pubblicato l’Avviso per la presentazione dei programmi di intervento di servizio civile universale specifici per il “Servizio civile agricolo”.

Si tratta del primo passaggio in vista del bando per la partecipazione alla misura sperimentale rivolta a 1000 giovani di età compresa tra i

18 e i 28 anni, per la quale sono stati stanziati 7 milioni di euro.

Il programma, in attuazione del Protocollo d’intesa firmato dal Dipartimento per le Politiche giovanili e il Servizio civile universale in concerto con il Ministero dell’Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, mira al coinvolgimento dei giovani nella promozione e sviluppo dell’agricoltura, in particolare quella sociale, valorizzando l’istituto del Servizio civile universale, una rete di enti no-profit impegnata nella promozione di un modello di sviluppo

agricolo sostenibile, nell’innovazione e nella tutela ambientale del territorio.

L’Avviso, in scadenza alle ore 14.00 del 28 novembre, è rivolto, nello specifico, agli enti che intendono presentare programmi d’intervento mirati e progetti di servizio civile universale per il Servizio Civile Agricolo secondo le modalità indicate e reperibili sul sito - alla sezione news - del Dipartimento per le Politiche giovani.

Parimenti, è consultabile il Programma Quadro rilasciato dallo

stesso dipartimento, nel quale si specifica che gli enti ammessi alla presentazione dei progetti sono solo quelli iscritti all'Albo del Servizio Civile Universale e che i programmi devono essere coerenti con le linee di indirizzo del Programma e con il vigente Piano Triennale per la programmazione del Servizio civile universale.

Per l'attuazione del programma, che si sviluppa in progetti, si prevede l'impiego complessivo di operatori volontari che va da un minimo di 12 a un massimo di:

- 50 operatori volontari in caso di programma di intervento su territorio regionale/di provincia autonoma oppure di più province o città metropolitane della stessa regione;
- 100 operatori volontari in caso di programma di intervento su territorio interregionale.

Possono partecipare anche realtà locali/enti/associazioni non accreditate all'Albo del Servizio civile universale, ma solo in veste di rete (a livello di programma) o di partner (a livello progettuale), accordandosi con un ente già iscritto all'Albo del SCU.

Nel documento, inoltre, sono contenuti anche gli obiettivi da raggiungere, che sono:

- rafforzare il SCU come strumento di promozione e di sviluppo dell'agricoltura, in particolare quella sociale;
- diffondere un approccio consapevole tra gli enti SCU sulle tematiche sociali ed educative legate all'agricoltura e all'agroalimentare;
- valorizzare e potenziare la conoscenza delle pratiche e della cultura contadina, in particolare nelle aree interne del paese;
- valorizzare il welfare di prossimità al fine di potenziare l'erogazione dei servizi primari;
- offrire alle giovani generazioni competenze trasversali che facilitino l'incremento dell'occupabilità in ambito agricolo e agroalimentare, incentivando l'imprenditoria



giovane e la diffusione di conoscenze inerenti all'innovazione tecnologica di settore.

Proprio quest'ultimo punto rappresenta la finalità principale per cui viene istituito il Servizio Civile Agricolo, ossia formare, e quindi, meglio orientare le giovani generazioni alle forme innovative del lavoro agricolo, esplorando temi quali: l'agricoltura sociale, la promozione dei corretti stili di vita alimentari anche nell'ottica di contribuire a contrastare i disturbi dell'alimentazione, il sostegno a iniziative finalizzate alla riduzione dello spreco di alimenti, la conoscenza della cultura contadina, fino ad arrivare alla tutela dei prodotti agricoli e alimentari italiani.

In attesa del bando, è stato, però, già confermato che i partecipanti saranno impegnati nei singoli progetti per la durata di un anno e l'orario di servizio sarà pari a 25 ore settimanali oppure con un monte ore annuo di 1.145 ore, con compenso previsto pari a 507,30 euro mensili.

Un'occasione senz'altro unica per avvicinare i giovani al mondo agricolo, verso il quale, già da qualche anno, hanno dimostrato un rinnovato interesse, sebbene sia proprio lo

Stato a porre molti limiti all'accesso.

Il dubbio che sorge, tuttavia, è che dietro questa misura si nasconda il solito tranello all'italiana, vale a dire il tentativo di colmare quei posti lasciati vacanti dalla mancata attuazione del piano di assunzione di immigrati regolari decantata due anni fa dal titolare del MASAF, Francesco Lollobrigida. Lo stesso che, nel presentare il Programma, non ha deluso le aspettative degli auditori. In occasione del G7 Giovani, non ha mancato di enfatizzare la misura, sostenendo che per la prima volta: "I giovani potranno servire la Patria con un'attività di valore agricolo" aggiungendo: "Il servizio civile per l'Agricoltura e la leva sono due argomenti del tutto paralleli. Il servizio civile è una cosa che permette a molti ragazzi di valorizzare la propria attività, fare esperienza in tanti mondi. Sull'Agricoltura mancava questo tipo di propensione, quindi l'abbiamo voluta codificare".

Per fortuna c'ha pensato lui...



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.

La politica, da parte sua, non fa altro che cercare di distrarre cittadini e imprese, per nascondere la gravità della situazione economica. Questa inefficienza istituzionale, così, si è trasformata in una nostra protesta che vuole essere di richiamo e di esortazione affinché le forze politiche prendano atto del pericolo che tutti stiamo correndo.

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