UNIONCAMERE
Sezione: FONDI EUROPEI

CORRIERE DELLA SERA
Dir. Resp.: Luciano Fontana
Tiratura: 215.135 Diffusione: 299.900 Lettori: 2.107.000

Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 42-43
Foglio: 1/4

La qualità, in Italia, è da record: 300 marchi Ma le vendite restano di pochi: il valore alla produzione dei primi 10 è pari all'80% di tutti i prodotti agroalimentari certificati

DOP TESORO DA 6 MILIARDI

di **Michelangelo Borrillo**

In lista di attesa c'è anche la Lucanica di Picerno, dopo l'ultimo via libera di Bruxelles alla Lenticchia di Altamura. Perché l'Italia, oltre che paese di poeti e navigatori, è anche il regno del mangiar bene. Tanto più nel 2018, anno del cibo italiano (dopo il 2016 anno nazionale dei cammini e il 2017 dei borghi), così come hanno deciso i ministeri delle Politiche agricole e dei Beni culturali. Chi, in Italia, produce alimenti che riscuotono il favore del mercato, punta a farsi riconoscere dall'Europa anche il marchio di qualità. Dop, Igp o Stg che sia. Per questo l'Italia è il primo paese per numero di riconoscimenti assegnati dall'Unione europea. Nella fotografia fatta dall'Istat al 31 dicembre 2015 erano 278 i prodotti agroalimentari di qualità, 9 in più rispetto al 2014. A conferma di una tendenza più che decennale: dal 2005 al 2015 le specialità Dop (Denominazione di origine protetta), Igp (Indicazione geografica protetta) e Stg (specialità tradizionale garantita) con certificazione Ue sono quasi raddoppiate (+80,5%), da 154 a 278. Oggi, con l'ultima Dop ufficializzata lo scorso 19 dicembre alla Lenticchia di Altamura, si è arrivati a quota 295. E per sfondare la cifra tonda di 300 manca poco, visto che sono 8 (oltre alla Salsiccia Lucanica di Picerno Igp anche le Mele del Trentino Igp, il Cioccolato di Modica Igp, il Marrone di Serino Igp, la Pitina Igp, l'Olio di Puglia Igp, la Mozzarella di Gioia del Colle Dop e l'ultima arrivata, la Provola dei Nebrodi Dop) i prodotti italiani in attesa del via libera europeo. E non finisce qui, perché altre domande sono ancora all'esame della prima scrematura da parte del ministero delle Politiche agricole.

Il pomodoro di Napoli made in Puglia

Tra queste, il pomodoro pelato di Napoli Igp che con la Mozzarella di Gioia del Colle Dop negli ultimi mesi ha fatto litigare Puglia e Campania. E pomodoro e mozzarella, si sa, sono gli ingredienti principe della pizza, simbolo della cucina italiana nel mondo. Le prime scintille risalgono allo scorso luglio, con la presentazione al ministero delle Politiche agricole della domanda di registrazione del Pomodoro pelato di Napoli Igp. Di Napoli, il cosiddetto pomodoro lungo in realtà coltivato quasi esclusivamente (95%) nel Tavoliere delle Puglie, in provincia di Foggia,: e il restante 5% in Molise e Basilicata. Un prodotto, quindi, quasi del tutto pugliese etichettato, però, come «di Napoli» perché trasformato in Campania.

La guerra delle mozzarelle

Ma la vera battaglia è scoppiata un mese dopo,

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-135-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

a fine agosto, quando dalla Puglia è arrivata la richiesta del riconoscimento della Dop per la Mozzarella di Gioia del Colle. A cui si è opposto formalmente il Consorzio della Mozzarella di bufala campana Dop. Proprio nei giorni scorsi il ministero delle Politiche agricole ha di fatto respinto le contestazioni arrivate e ha avviato il percorso per l'invio della domanda a Bruxelles. Ma il Consorzio della Mozzarella di bufala, secondo cui «i consumatori andrebbero in confusione se in commercio trovassero una nuova mozzarella Dop», sebbene quella campana sia notoriamente di bufala e quella pugliese di latte vaccino — conosciuta come treccia o provolina — ha annunciato ricorso al Tar. Chissà, allora, cosa succederà nella percezione dei consumatori quando sul mercato arriveranno le Mele del Trentino Igp (in attesa di riconoscimento) dopo che dal 2003 ci sono già le Mele della Val di Non Dop e dal 2005 le Mele dell'Alto Adige Igp...

La verità è che come la Mozzarella campana vuole difendere le sue quote di mercato da quella pugliese, così le Mele del Trentino sperano di poter rosicchiare qualcosa a quelle dell'Alto Adige. Più in generale, l'agroalimentare italiano punta sempre più a farsi riconoscere la qualità.

Fatturato solo per i big

Ma se la bontà, in Italia, può essere di molti prodotti, finanche di tutti, le vendite continuano a essere di pochi: osservando il valore alla produzione dei singoli prodotti Dop o Igp emerge che quello dei primi 10 (5,01 miliardi) è pari al 79% del totale di tutti i prodotti certificati (6,35 miliardi, dati Rapporto Qualivita 2016). Come dire, sostanzialmente, che solo i riconoscimenti a Grana Padano (Dop), Parmigiano-Reggiano (Dop), Prosciutto di Parma (Dop), Aceto Balsamico di Modena (Igp), Mozzarella di Bufala Campana (Dop), Mortadella Bologna (Igp), Gorgonzola (Dop), Prosciutto di San Daniele (Dop), Pecorino romano (Dop), Bresaola della Valtellina (Igp) hanno ragione di esistere. E lo sa anche il ministro delle Politiche agricole Maurizio Martina che da tempo ripete che «se oggi le prime 10 Dop e Igp sviluppano l'80% del fatturato complessivo, occorre far salire la lista ad almeno 20 prodotti in tre anni». Ma perché questa corsa alla certificazione di qualità se poi la crescita delle quote di mercato si realizza solo per pochi? «L'Europa — spiega Giorgio Mercuri, presidente di Alleanza cooperative agroalimentari — ci ha dato lo strumento importante delle denominazioni con lo scopo di poter garantire il consumatore sulla provenienza e tutelare il prodotto perché non venga imitato. Ma tutelare dalla concorrenza garantisce anche un'opportunità commerciale, grazie al marchio che viene visto dai consumatori come garanzia, che si amplifica se si fa promozione. E così i fondi che l'Europa mette a disposizione per promuovere le specialità fanno gola a molti».

La torta dei fondi Ue

Nel 2016 la dotazione finanziaria complessiva è stata di 113 milioni di euro, quota che nel 2017 è passata a oltre 140 milioni. Lo stanziamento è destinato ad aumentare progressivamente fino ai 200 milioni di euro di budget massimo nel 2019. Le aziende italiane, nel 2016, sono riuscite ad accaparrarsi una fetta della torta pari al 20% del totale, 23,5 milioni da dividere tra 10 proponenti. Tra questi il finanziamento più alto è andato al Consorzio per la tutela d'Asti e al Consorzio Grana Padano, circa 4,7 milioni per entrambi. Il meccanismo del finanziamento, però, prevede una quota aggiuntiva messa dal consorzio di 1,2 milioni, pari al 20%. E anche per questo, alla fine, per i piccoli consorzi la possibilità di accaparrarsi i finanziamenti è bassa: non hanno le risorse per copartecipare.

Il flop del 2017

Nel 2017, poi, degli 88 milioni già assegnati dall'Europa, all'Italia ne arriveranno solo 3: la feta greca, le olive spagnole e il burro francese hanno battuto il Prosecco di Valdobbiadene, il Pecorino Toscano e il Pomodoro di San Marzano (i più conosciuti dei 30 programmi italiani bocciati). Si sono salvati soltanto il Distretto agroalimentare di qualità della Valtellina, il Consorzio di tutela del formaggio Piave Dop e la Mortadella di Bologna, su un totale di 52 programmi europei promossi. Con il fatturato appannaggio dei big, i fondi europei che gli italiani cominciano ad accaparrarsi con più difficoltà, e alcuni prodotti certificati più piccoli che dopo aver rincorso per anni il riconoscimento non si sono neanche dotati di un sito (la Burrata di Andria, Igp da dicembre 2016), alla maggior parte delle produzioni di qualità italiane potrebbe rimanere, in concreto, solo il marchio.

@MicBorrillo

Campania e Puglia si fanno la guerra per la mozzarella: ma la burrata di Andria, Igp dal 2016, non ha un sito

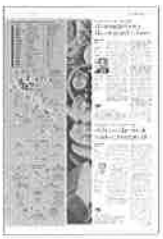
Mercuri (Alleanza coop)
I fondi Ue, fino a 200 milioni, per promuovere le specialità fanno gola a molti

I marchi di qualità

● La **Denominazione di origine protetta (Dop)** identifica un prodotto: a) originario di un luogo, regione o di un paese determinati; b) la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente a un particolare ambiente geografico e ai suoi intrinseci fattori naturali e umani; c) le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata

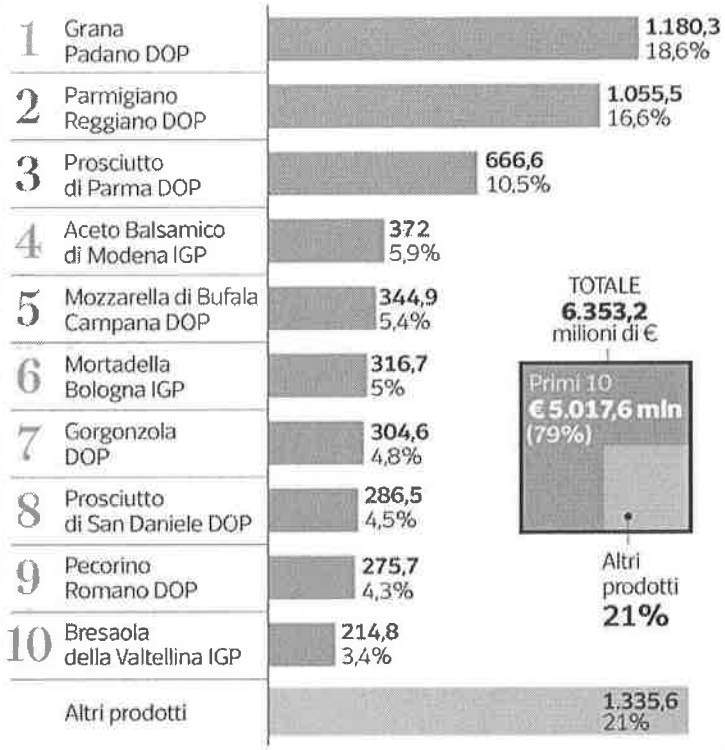
● **L'Indicazione geografica protetta (Igp)** identifica un prodotto: a) originario di un luogo, regione o paese determinati; b) alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche; c) la cui produzione si svolge per almeno una delle sue fasi (produzione, trasformazione o elaborazione) nella zona geografica delimitata

● **La Specialità tradizionale garantita (Stg)** identifica un prodotto ottenuto: a) o con un metodo di produzione, trasformazione o una composizione che corrispondono a una pratica tradizionale per tale prodotto o alimento; b) o da materie prime e ingredienti utilizzati tradizionalmente

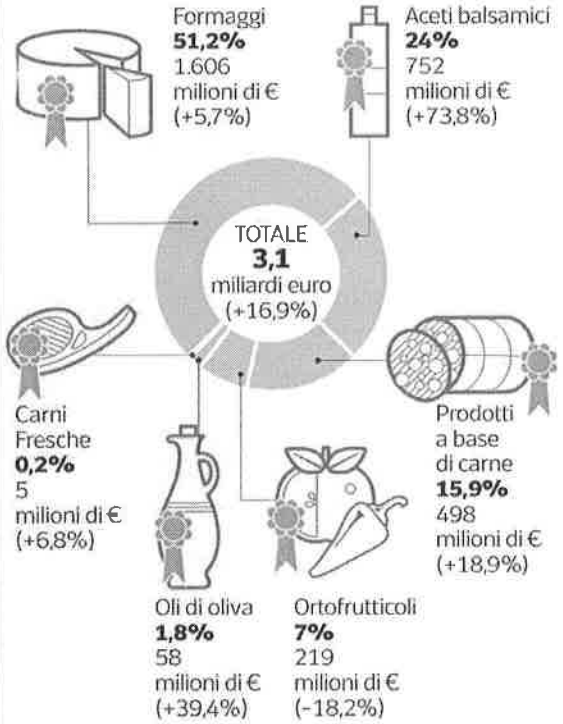


Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
204-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

I primi dieci prodotti DOP IGP
Valore alla produzione (milioni di euro, 2015) e peso % sul totale



Valore all'export
(tra parentesi la variazione % sul 2014)



Peso: 42-87%,43-63%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

Le prime 20 province per impatto economico DOP IGP - food

Pos.	Provincia	Regione	DOP+IGP	Impatto (milioni €)
1	Parma	Emilia Romagna	12	1.135,8
2	Modena	Emilia Romagna	15	622,7
3	Reggio Emilia	Emilia Romagna	13	544,1
4	Brescia	Lombardia	18	401,2
5	Bolzano	Trentino Alto Adige	5	314,3
6	Udine	Friuli Venezia Giulia	5	301,9
7	Mantova	Lombardia	12	241,2
8	Sondrio	Lombardia	9	226,5
9	Cremona	Lombardia	13	215,3
10	Caserta	Campania	6	208,8
11	Cuneo	Piemonte	17	182,5
12	Piacenza	Emilia Romagna	10	176,8
13	Vicenza	Veneto	12	171,8
14	Trento	Trentino Alto Adige	11	143,1
15	Salerno	Campania	13	114,7
16	Sassari	Sardegna	6	110,3
17	Nuoro	Sardegna	6	63
18	Verona	Veneto	15	62
19	Milano	Lombardia	11	59,6
20	Bergamo	Lombardia	15	57,5

Corriere della Sera

DOP, IGP e STG nel mondo

- 2.936 Prodotti Ue
- +69 Nuove IG 2015
- 1.357 Prodotti food
- 23 Prodotti extra Ue
- 1.579 Prodotti wine

Il settore IG in Italia food e wine

- 814 Prodotti Italia
- 10% Peso DOP IGP su fatturato industria agroalimentare
- 54% Superficie investita a produzioni DOP IGP
- 7,8 miliardi € valore all'export (+9,6% su 2014)
- 13,8 miliardi € Valore alla produzione +2,6% su 2014
- 21% Peso DOP IGP su export agroalimentare

Comparto Food Italia

- 291 Prodotti DOP IGP (+2 STG)
- 6,35 miliardi € valore alla produzione (-1,5% su 2014)
- 137 Consorzi autorizzati
- 3,1 miliardi € valore all'export (+17% su 2014)
- 80.010 Operatori
- +5,1% trend consumi nazionale GDO (grande distribuzione)
- 1.180 milioni € Grana padano DOP (1° per valore produzione)

Il presente documento è ad uso esclusivo dei committenti.

104-115-080

Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE
Sezione: SISTEMA CAMERALE NAZIONALE
Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 21
Foglio: 1/1

Assonime. La circolare

Marchio di eccellenza esente da aiuti di Stato

Nuovi criteri per le **Pmi** ma anche entrata in scena dei progetti «eccellenti» di **Sme Instrument**. Sono queste alcune delle novità in chiave estensiva introdotte dal regolamento Ue 2017/1084 sugli aiuti di Stato che il 14 giugno 2017 ha soppiantato il 651/2014 introducendo quindi una nuova disciplina, più favorevole in materia di esenzione comunitaria per categoria. Con la circolare n.24 del 18 dicembre **Assonime** analizza punto per punto le novità della nuova normativa. Il nuovo Rgec (regolamento generale di esenzione per categoria) ha innanzitutto introdotto nuove esenzioni per aeroporti regionali, porti, investimenti nelle regioni ultraperiferiche e per i regimi di aiuti al funzionamento. E ha ammesso alle esenzioni gli aiuti per i progetti di ricerca e sviluppo insigniti del marchio di eccellenza nell'ambito dello strumento per le Pmi di Horizon 2020 (Sme Instrument). Assonime dedica poi un capitolo della circolare agli aiuti in favore delle Pmi (articoli 21 e 22). Innanzitutto per le misure di aiuto per il finanziamento del rischio viene assimiliato al trattamento delle garanzie e dei prestiti quello degli investimenti in quasi equity strutturati come debito nelle imprese ammissibili. Per gli aiuti alle imprese in fase di avviamento - spiega la circolare Assonime - nell'identificazione delle imprese ammissibili viene inserita anche la piccola impresa non quotata fino a cinque anni dall'iscrizione nel registro delle imprese che non abbia ancora distribuito utili e non sia stata costituita a seguito di fusione e il cui beneficiario non deve aver rilevato l'attività di un'altra impresa.

Infine, le aziende costituite a seguito di fusione tra imprese ammissibili, sono considerate a loro volta ammissibili per un periodo di cinque anni che decorrono dalla data di iscrizione al registro delle imprese dell'azienda più anziana.

F.La.

Peso: 5%

104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring
Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

UNIONCAMERE

24 ORE

Sezione: UNIONCAMERE

Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000

Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 15
Foglio: 1/1

STIME UNIONCAMERE

Le aziende bio a quota 60mila

A inizio dicembre 2017, le imprese in possesso di una certificazione bio sono risultate circa 60mila. Per la maggioranza, si tratta di realtà localizzate nel Mezzogiorno (il 55,8%), più del doppio di quelle con sede al Nord (il 23,4%) e quasi tre volte quelle del Centro Italia (il 20,8%), secondo le stime Unioncamere. Più della metà (il 56%) delle imprese certificate si concentra in sole cinque regioni con la Sicilia in testa (15,9), seguita dalla Calabria (13,4), dalla Puglia (11,6), dalla Toscana e dall'Emilia Romagna (7,7). I numeri del biologico raccontano di un settore che si è fortemente trasformato e irrobustito negli ultimi anni, passando da tendenza rivolta a mercati di nicchia a vero e proprio stile di vita per milioni di consumatori italiani. Al tempo stesso, il biologico sta rivestendo un ruolo sempre più importante come opportunità di rilancio per molte aziende agro-alimentari. l'81% opera direttamente nel settore agricolo e circa il 7% nel commercio. In particolare, le aziende che svolgono esclusivamente produzione bio sono 44.482 (il 75% delle certificate).

Peso: 4%

104-115-080

Telpress Servizi di Media Monitoring

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

UNIONCAMERE
Sezione: FONDI EUROPEI
24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 21
Foglio: 1/2

Horizon 2020. Novità nella programmazione dello Sme Instrument a supporto delle piccole e medie aziende

Aiuti per l'innovazione nelle Pmi

Operatività rafforzata e allargamento della platea dei beneficiari

Alberto Bonifazi

A quattro anni dal suo avvio **Sme Instrument**, la costola di **Horizon 2020** dedicata al sostegno delle **piccole e medie imprese**, entra nella fase di piena maturità.

La **Commissione europea** rafforza il suo impegno sia sul piano finanziario che organizzativo ed accompagna la crescita dello strumento nel 2018 con una serie di novità che rafforzano ulteriormente anche il ruolo del **consulente aziendale** nella sua funzione di supporto alle aziende per la preparazione della domanda di **finanziamento.**

Lo strumento si articola in tre passaggi: contributi a fondo perduto per la valutazione della fattibilità tecnico-commerciale dell'idea (fase 1) e lo sviluppo del prototipo su scala industriale e prima applicazione sul mercato (fase 2).

Mentre per la terza fase di commercializzazione non è previsto un finanziamento vero e proprio ma una serie di misure volte a favorire l'accesso a risorse finanziarie, sia di debito che di capitale.

In questo secondo caso si concentra l'interesse europeo, orientato ad attrarre nuovi investitori (*private investment*).

Le novità 2018-2020

Il nuovo anno si apre all'insegna del Consiglio europeo dell'Innovazione (Eic) che focalizza la propria azione sull'innovazione radicale e dirompente, rivolgendosi al mondo dell'imprenditoria. Viene stanziato un budget di 2,7 miliardi di euro nel periodo 2018-2020, riservato a strumenti di sostegno all'innovazione, quali appunto proprio Sme Instrument.

Nuovi criteri di valutazione

Tra le novità più significative la rivisitazione dei criteri di valutazione delle domande: il ruolo centrale attribuito alla capacità di proiettarsi verso un nuovo mercato, documentata dalla predisposizione di uno strutturato **business plan**, rafforza il potenziale contributo offerto dal consulente aziendale nella predisposizione della domanda di finanziamento.

L'approccio viene potenziato con una ponderazione maggiore (fino al 50%) al criterio di valutazione «Impatto», attinente le potenzialità innovative dell'azienda e le sue capacità competitive e commerciali. Viene quindi incrementato il numero dei valutatori provenienti dal mondo imprenditoriale, rispetto a quelli del mondo accademico, ed adeguati gli step di valutazione: sono previsti quattro valutatori (in remoto) per proposta ed elevata la soglia di finanziamento in fase 2 da 12/15 a 13/15, come per la fase 1.

Estensione dell'operatività

Altra grande novità è costituita dall'apertura delle domande a qualsiasi settore di attività imprenditoriale: si abbandona la logica dei «topic» e del «top down», nell'ambito dei quali i settori di intervento erano predefiniti, a favore di una completa libertà da parte dei proponenti di indirizzarsi verso qualsiasi settore o area dell'imprenditorialità («bottom up»), purché sussista un valido sbocco commerciale.

L'intervista con il valutatore

L'introduzione di incontri «one-to-one» all'interno del percorso di valutazione delle domande suscita grande interesse.

Sono infatti previste interviste dirette tra valutatore e proponente (una sorta di «pitching event»), della durata di trenta minuti circa, aventi per oggetto la soluzione progettuale ed il team coinvolto.

In questo modo la valutazione del progetto sarà basata non solo sull'analisi della proposta progettuale scritta ma anche sulle qualità e motivazioni dell'impresa, che emergeranno durante l'incontro con il valutatore.

Stime Ue indicano una probabilità media di superamento dell'intervista pari al 50 per cento. Imprenditori e consulenti aziendali possono acquisire il format del template, effettuando il download dal sito web dell'Easme (https://ec.europa.eu/easme/en).

PREMIATE LE AZIENDE
Aumenta il punteggio per le potenzialità innovative e commerciali del candidato Entra in scena l'intervista con un colloquio esplorativo

AIUTI A TUTTO CAMPO
Apertura delle domande a qualsiasi settore di attività: si abbandona la logica «top down» per prediligere quella «bottom up»

LA PAROLA CHIAVE

Sme Instrument

● Lo Sme Instrument, dove Sme sta per Small and Medium Enterprises, è uno schema di finanziamento del programma Horizon 2020 dedicato esclusivamente alle piccole e medie imprese europee e più specificamente per quelle innovative. Per lo Sme Instrument è possibile presentare proposte in più scadenze (cut-off) nel corso dell'anno. A partire dal prossimo anno, lo Sme Instrument è stato inserito nel proframma di lavoro 2018-2020 dell'European Innovation Council (Eic) pilot.

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
Telpress Servizi di Media Monitoring

Il calendario 2018-2020

	CALL FASE 1	CALL FASE 2	Budget (mln €)
2018	8 febbraio	10 gennaio	479,74
	3 maggio	14 marzo	
	5 settembre	23 maggio	
	7 novembre	10 ottobre	
2019	13 febbraio	9 gennaio	552,26
	7 maggio	3 aprile	
	5 settembre	5 giugno	
	6 novembre	9 ottobre	
2020	12 febbraio	8 gennaio	600,99
	6 maggio	18 marzo	
	2 settembre	19 maggio	
	4 novembre	7 ottobre	

Peso: 30%

104-115-080
Il presente documento è ad uso esclusivo dei committenti.
Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE

Il Messaggero

Dir. Resp.: Virman Cusenza
Tiratura: 97.243 Diffusione: 135.997 Lettori: 1.021.000

Sezione: ECONOMIA

Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 14
Foglio: 1/1

Consumi e turismo, prosegue la fase magica Italiani ottimisti: nel 2018 spenderanno di più

IL FOCUS

ROMA Tutto il fronte dei consumi e del turismo sembra vivere un momento magico. Fioccano i segni "+" in tutte le rilevazioni, di tutti gli operatori, di tutti i comparti dei due settori economici. Le presenze turistiche? Il 2017 è stato l'anno record per i musei con il +13% di incassi e per il +7% della spesa degli stranieri in Italia. Secondo gli operatori turistici, tra Natale e Capodanno ben 6 milioni di italiani sono andati in vacanza fuori casa mentre le associazioni dei ristoratori aggiungono che il Cenone ha assorbito oltre 3 miliardi, il 13% in più rispetto a quello del 2016. Neanche il tempo di brindare al nuovo anno, che già la Confesercenti spiega che le spese degli italiani per l'Epifania saliranno a 68 euro medi a famiglia per un "investimento" complessivo di 1,8 miliardi il 15% in più sul 2017.

Che cosa sta succedendo? Una prima spiegazione era già arrivata nei giorni scorsi dal Censis che nel suo rapporto annuale aveva sottolineato che il rancore, che è il sentimento più diffuso fra gli italiani, non impedisce alle famiglie di godersi un po' di più la vita spendendo una parte del maggior denaro che sta circolando dopo anni di vacche magre.

IL RAPPORTO COOP

E' quello che gli osservatori più attenti chiamano "effetto ripresa", visto che da qualche mese a questa parte la crescita dell'economia italiana non è più rasoterra. Secondo l'annuale Rapporto sui consumi, diffuso ieri da Coop e Nomisma, fra gli italiani sono tornate a diffondersi sensazioni di "benessere" e "soddisfazione" con un deciso miglioramento dell'umore generale.

Nelle previsioni per il 2018, ad esempio, crolla la condivisione di alcune "parole-chiave" dalla connotazione negativa come ad esempio il termine "timore". Nel 2017 era la sensazione più diffusa per il 10% del campione degli italiani consultato da Coop-Nomisma e oggi questa parola è condivisa da poco più di 4 italiani su 10. Anche il termine "crisi" scende di 3 punti percentuali. Si affidano al cambiamento i più giovani e vedono decisamente rosa gli over 50. A sorpresa gli abitanti del Mezzogiorno credono di più nella "ripresa" degli italiani delle che abitano nella altre aree della penisola.

La maggior dose di ottimismo si riflette sulle intenzioni di spesa che tra il 2017 e il 2018 volgono tutte al "più". Al top i soliti oggetti dei desideri: i viaggi (il 23,3% degli italiani spenderà di più per visitare nuove località) e lo smartphone (il 64% prevede di allargare il budget destinato alle tecnologie), ma ritornano voci evergreen degli italiani come l'arredamento, la ristrutturazione della casa e ancora investimenti per il tempo libero e la cura di sé (abbonamenti a teatro, stadio, pay tv fino al ricorso alla chirurgia estetica).

E se il 2017 è stato per i consumi un anno migliore delle attese sfiorando un aumento dell'1,5%, secondo il Rapporto Coop-Nomisma gli auspici per il 2018 sembrano ancora migliori perché posizionati su un aumento del potere d'acquisto delle famiglie collocato intorno all'1%.

Diodato Pirone

+13%
Gli incassi dei musei italiani nel 2017

+13%
Le somme assorbite dal cenone di Capodanno

+23%
L'aumento del budget per viaggi per il 2018

Peso: 19%

075-139-080

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE
Sezione: ECONOMIA
Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 1,14
Foglio: 1/2

Consumi, previsioni di aumento per il 2018

Con l'impennata delle vendite a Natale (+15,6%), per i consumi interni le previsoni indicano una decisa inversione di tendenzae. In particolare elettronica, viaggi e audiovisivo i settori con i maggiori incrementi. ▸ pagina 14

Consumi. Previsioni sugli acquisti in rialzo per il 2018

Gli italiani tornano a spendere: record di vendite a Natale

In supermercati e ipermercati + 15,6% Al top viaggi, smartphone e wellness

Vincenzo Chierchia

Fine anno con il botto per i consumi delle famiglie, indicazioni al rialzo per il 2018. È tornato l'ottimismo sul fronte dello shopping dopo lunghi anni di stagnazione della spesa, come testimonia l'analisi condotta in questi giorni da Coop e Nomisma. E Confcommercio sottolinea che cresce l'effetto saldi: il 61,4% farà spese in questo periodo contro il 58,5% del 2017, dieci punti sopra il minimo di gennaio 2015. A Roma schierati Esercito e Forze di polizia a protezione dello shopping.

Il record di vendite registrato durante le festività fa dunque ben sperare, visto che si tratta di numeri finora mai registrati. La settimana di Natale - sottolineano dalla Coop - ha fatto rilevare un incremento medio del 15,6% (ipermercati e supermercati, dati Nielsen) rispetto alla stessa settimana di un anno fa. E il dato che fa poi ulteriormente riflettere è il risveglio dei consumi nel Mezzogiorno.

Archiviati i tempi cupi della crisi, gli italiani non hanno risparmiato nulla pur di festeggiare adeguatamente. Più carne che pesce, molta gastronomia e formaggi - si legge nella ricerca - con un Centro-Sud che guida la classifica degli acquisti: Campania in testa con un +16,2% seguita da Molise, Umbria, Puglia. In controtendenza, ma giustificato dall'effetto Natale, anche il dato di un +9,7% segnato dai settori no food (giochi, elettronica, etc).

«Registriamo - spiega Stefano Bassi, presidente Ancc-Coop - per la prima volta da un decennio a questa parte un risveglio significativo delle vendite natalizie che danno la prima prova tangibile di un nuovo atteggiamento degli italiani nei confronti del futuro».

Ed è questo l'altro elemento rilevante emerso dall'indagine. Ricordo che anche l'Istat ha sottolineato che a fine dicembre il clima di fiducia delle famiglie si è attestato su livelli di 16 punti superiori al 2010 ad esempio, con un picco di 46 punti per quanto riguarda le attese sulla situazione economica generale, anche se le stime sulle vendite al dettaglio (ultimi dati a ottobre) registrano un profilo stagnante.

Da Coop al riguardo sottolineano la forza del cambiamento del tono di fondo dell'orientamento delle famiglie. Alla "speranza", parola chiave del 2016 e del 2017, gli italiani affiancano per il 2018 più concrete sensazioni di "benessere" e "soddisfazione". La "ripresa" si consolida nel vissuto dei nostri

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

concittadini, tira aria di novità e di cambiamento. Gira al meglio l'umore degli italiani per il 2018. I sondaggi Coop testimoniano che calano in picchiata le parole dalla connotazione negativa che gli italiani associano all'anno appena iniziato; il timore crolla di quasi 6 punti percentuali (lo indicava come parola chiave nel 2017 oltre il 10% del campione, ora non arriva al 5%), sorte analoga per il termine crisi (-3 punti percentuali). Si affidano al cambiamento i più giovani e vedono decisamente rosa gli over 50. Credono nella ripresa maggiormente gli abitanti del Mezzogiorno. L'ottimismo tocca le intenzioni di spesa che tra il 2017 e il 2018 volgono tutte in segno positivo. Al top dei desideri: i viaggi (il 23,3% spenderà di più) e lo smartphone (il 64% prevede in crescita il budget destinato), ma ritornano voci evergreen degli italiani come l'arredamento, la ristrutturazione della casa e ancora investimenti per il tempo libero e la cura di sè (abbonamenti a teatro, stadio, pay tv fino al ricorso alla chirurgia estetica). Per il 2018 atteso un aumento del potere d'acquisto delle famiglie intorno all'1%. Benefici positivi per i comparti dell'audiovisivo, computer e accessori (+ 8,5% nel 2018), telefonia (+7,8%); più modesto l'impatto previsto sull'alimentare (+ 2,1%).

«Auspico - conclude Bassi - che questa ripresa di valore del carrello non sia effimera e che diventi viceversa un dato congiunturale tale da poter testimoniare un miglioramento nelle condizioni di vita del Paese. Resta infatti prioritario per tutti superare disuguaglianze e precarietà che pure sono ancora diffuse nella società italiana».

GrandTour
vincenzochierchia.ilsole24ore.com
@vincechierchia

LA PAROLA CHIAVE

Indice clima fiducia

Come spiega l'Istat il Clima di fiducia dei consumatori è elaborato sulla base di domande chiave ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori su alcune questioni cruciali: situazione economica dell'Italia, disoccupazione, situazione economica della famiglia, risparmio, acquisto di beni durevoli, bilancio familiare. I risultati delle domande, espressi in forma di saldi ponderati su dati grezzi, sono aggregati con media aritmetica semplice, il risultato è riportato a indice (base 2010) e destagionalizzato.

Lo scenario dei consumi

61,4%
Degli italiani
Farà la spesa in questo periodo, contro il 58,5% del 2017

+16,2%
La crescita
Registrata in Campania, seguita da Molise, Umbria e Puglia

+9,7%
Nei settori no-food
La crescita di vendite nei comparti giochi, elettronica, eccetera

23,3%
Nel 2018
La percentuale di italiani che spenderà di più in viaggi

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE
Sezione: ECONOMIA
Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 1,15
Foglio: 1/2

Reti d'impresa decisive per la crescita

Il 2018 è l'anno delle reti di impresa, strumento formidabile per far decollare la crescita a livello della media Ue facendo leva su asset strategici come innovazione, internazionalizzazione, made-in. **Intervento** ▸ pagina 15

INTERVENTO

Reti d'impresa strumento decisivo per la crescita

di **Antonello Montante**

Non è un auspicio, ma una certezza sulla base di quanto abbiamo fatto finora e dei progetti operativi che abbiamo: il 2018 è l'anno delle reti di impresa, strumento formidabile per far decollare la crescita finalmente a livello della media europea facendo leva su asset strategici come l'innovazione, l'internazionalizzazione, l'economia circolare, il welfare, la semplificazione, il made-in, la valorizzazione degli attrattori turistici e dei beni culturali. Con un effetto di sistema importantissimo sul territorio perchè le reti connettono le filiere, integrano manifattura, servizi e logistica, aiutano le piccole e medie imprese a fare massa critica per migliorare le condizioni del credito, realizzare investimenti importanti anche in chiave tecnologica, competere su scenari internazionali, stimolare un'offerta qualitativa aggregata nel mercato dei contratti, sia con i grandi committenti pubblici sia con quelli privati.

Partiamo da una base molto solida: il 2017 infatti è stato un anno eccellente per la crescita delle reti d'impresa, con un incremento di oltre il 35% rispetto al 2016. Le reti ad oggi registrate sono infatti 4.223, con 22.421 imprese coinvolte. Anche a livello associativo ReIImpresa, l'Agenzia di Confindustria che si occupa della diffusione dell'aggregazione in rete delle imprese, ha registrato quest'anno un aumento del 30% del numero delle proprie reti associate. Questo significa, come hanno documentato Istat e Centro studi di Confindustria, un fenomeno economico e giuridico in costante evoluzione, che coinvolge 372mila lavoratori, 89 miliardi di fatturato aggregato e 20 miliardi di valore aggiunto aggregato. Negli anni della grande recessione le imprese in rete, a differenza di quelle non aggregate, hanno saputo reagire meglio e con più rapidità, evidenziando performance positive in termini di fatturato e occupazione. Ora esse vogliono esprimere tutto il proprio potenziale per accelerare la crescita e generare più ricchezza e più lavoro, come chiedono gli imprenditori riuniti nei vari territori per preparare le Assise generali di Confindustria che si terranno a Verona, a metà febbraio.

Siamo quindi a un punto di svolta. Ci sono tutte le condizioni per far sì che il contratto di rete divenga uno dei principali strumenti di politica industriale su prioritari ambiti di interesse per Confindustria, tra i quali il Piano Industria 4.0, l'economia circolare, l'internazionalizzazione e il rilancio industriale delle aree di crisi del Paese. Sinora le reti d'impresa si sono guadagnate sul campo il ruolo e il peso che hanno sull'economia del Paese.

Ora è il momento di far partire politiche pubbliche attente e coerenti per consentirne una diffusione ancora più capillare e un definitivo salto di qualità. Confindustria e ReIImpresa stanno lavorando con il Parlamento e il governo, e intensificheranno il lavoro comune dopo le elezioni di marzo, per il riconoscimento di incentivi e misure premiali che sostengano la costituzione e la crescita di reti sui progetti strategici, in particolare in materia di innovazione, lavoro, sostenibilità ambientale e reindustrializzazione. Sul primo tema, riteniamo fondamentale lavorare insieme alla Rete nazionale dei Digital Innovation Hub confindustriali e agli altri attori, pubblici e privati, coinvolti

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

nell'attuazione del Piano Industria 4.0, al fine di promuovere concretamente le reti per favorire l'individuazione e l'aggregazione della domanda da parte delle Pmi presenti negli ecosistemi territoriali dell'innovazione, nonché la formazione delle competenze necessarie a gestire questo storico processo di cambiamento culturale ed economico, anche attraverso un meccanismo di defiscalizzazione totale del costo del lavoro per le reti che assumono in maniera stabile giovani nei programmi di sviluppo di innovazione in rete, in chiave industria 4.0.

L'altro grande filone di lavoro che abbiamo avviato riguarda la collaborazione della Conferenza delle Regioni per monitorare negli anni l'impatto e l'incidenza che le politiche regionali di agevolazione possono avere sullo sviluppo delle reti e per definire una strategia di azioni condivisa, migliorando l'intensità e l'approccio degli incentivi regionali verso le reti. Il volume "Le regioni a favore delle reti d'impresa" che abbiamo realizzato insieme quest'anno (giunto ormai alla sua terza edizione e disponibile anche sul sito di RetImpresa), è la fotografia dell'impegno, anche finanziario, messo in campo da tutte le Regioni a favore delle reti di impresa nel periodo 2010-2016.

Fa riflettere il dato per cui solo il 15% del totale dei fondi concessi è andato effettivamente alle reti: questo significa che esse costituiscono un fenomeno assolutamente spontaneo delle imprese e indipendente dall'incentivo. I contratti di rete registrati continuano infatti a crescere più del doppio del numero dei contratti di rete agevolati (le reti agevolate sono circa il 27% dei contratti di rete conclusi, il che la dice lunga sulla vitalità del fenomeno). Vale la pena di segnalare inoltre, sempre dal punto di vista della distribuzione territoriale dell'aiuto, che il 27% delle reti è costituito da imprese che insistono su più regioni, mentre gli incentivi hanno il limite territoriale. La proposta che condividiamo con Conferenza delle Regioni va quindi nel senso di sostenere il fenomeno delle reti multi-regionali, promuovendo accordi tra Regioni e la creazione di un fondo nazionale unico ad hoc.

Ci sono dunque tutte le condizioni affinché le reti di impresa contribuiscano in modo ancora più decisivo al rafforzamento della ripresa economica e al consolidamento del ruolo della nostra manifattura in Europa. RetImpresa è in prima fila sui territori accanto agli imprenditori per moltiplicarne le forze a vantaggio del lavoro e del benessere del Paese e auspica la collaborazione di tutte le associazioni datoriali per dare alle reti il massimo impulso possibile, in un anno cruciale che nessuno può permettersi di sprecare.

SALTO DI QUALITÀ
Servono politiche pubbliche coerenti che favoriscano una diffusione più capillare dei contratti di rete

IL PATTO
Promuovere accordi tra le Regioni per sostenere il fenomeno delle aggregazioni multi-regionali

LA PAROLA CHIAVE

Contratto di rete

• Il contratto di rete è un istituto innovativo nel nostro sistema produttivo e realizza un modello di collaborazione tra imprese che consente, pur mantenendo la propria indipendenza, autonomia e specialità, di realizzare progetti e obiettivi condivisi nell'ottica di incrementare la capacità innovativa e la competitività sul mercato. Può essere stipulato tra imprese senza limitazioni relative a: forma giuridica, dimensione, numero di imprese, luogo e attività

104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring
Il presente documento è ad uso esclusivo dei committente.

UNIONCAMERE
Sezione: ECONOMIA
Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 1,12
Foglio: 1/2

SFIDA SENZA PRECEDENTI

L'Italia dovrà lottare per restare in prima fila

di **Adriana Cerretelli**

Mentre al di là delle Alpi si prova in sordina a riesplorare "Framania", il vecchio progetto di integrazione tra Francia e Germania, l'Italia è ufficialmente entrata in campagna elettorale. Ci è entrata un po' alla disperata: ranghi ancora sciolti, alleanze in divenire, idee poche e alquanto confuse spaziando dai temi socioeconomici a quelli europei. Tanto che il presidente della Repubblica, Sergio Matterella si è sentito in dovere di richiamare tutti i contendenti alla concretezza, a presentare programmi chiari ai cittadini chiamati alle urne il 4 marzo prossimo.

Anche se per una volta, sollevando lo sguardo dall'Italia all'Europa si vede il futuro di entrambi avvolto dalla stessa coltre di nebbia, sarebbe pericoloso consolarsi con una sorta di mal comune mezzo gaudio.

Perché è vero che da oltre tre mesi la Germania di Angela Merkel non riesce a darsi un nuovo Governo ed è vero che in Europa i problemi di incompatibilità di visioni e di interessi restano profondi insieme alla diffusa fragilità di consenso verso le varie classi dirigenti ma è anche vero che, proprio per questo, questa non è un'Europa solidale e disposta a togliere le castagne dal fuoco ai suoi paesi membri più deboli.

Ciascuno deve provvedere da solo: soltanto chi si dimostrerà forte e credibile, avrà voce in capitolo e un posto di prima fila nella cabina di regia della nuova Unione. La scelta non è un optional: da oltre vent'anni la politica europea fa e disfa politica, economia e finanze italiane, anche se troppo spesso si finge di non saperlo subendone poi tutte le conseguenze negative. La Gran Bretagna, che non è nell'euro, sta del resto scoprendo a sue spese i tormenti e soprattutto i costi astronomici di un divorzio improvvisato e mal calcolato.

Dopo la primavera dell'esaltazione collettiva seguita alla vittoria dell'europeista Emmanuel Macroni in Francia, l'Unione è ricaduta in stand-by aspettando il nuovo Governo a Berlino. Dietro le quinte però progetti e contatti diplomatici continuano. Con un'ambizione che potrebbe persino travalicare il semplice rilancio del motore franco-tedesco per farsi "Framania" con la graduale integrazione di economie, norme sociali, fiscali, societarie e mercati energetici di Francia e Germania.

Continua ▸ pagina 12

L'Italia dovrà lottare per restare in prima fila

DOVE VA LA UE CON L'ASSE PARIGI-BERLINO

di **Adriana Cerretelli**

▸ Continua da pagina 1

L'idea è vecchia e finora fallita. Ma i tempi cambiano, sono *global* e l'America si allontana.

Nel nuovo contesto mondiale, nessun Paese da solo può essere un'isola felice, meno che mai le piccole e medie potenze europee demograficamente in declino e prese in mezzo tra Oriente rampante e Occidente in perdita di coesione interna.

Per ora tra Parigi e Berlino non c'è nulla di concreto se non una risoluzione comune dei due parlamenti che, in vista del 55esimo anniversario del Trattato dell'Eliseo, sarà approvata il 22 gennaio. Vi si auspica la rapida integrazione tra i due Paesi partendo da economia, politica verso le imprese, statuto dei diritti sociali, trasposizione comune delle norme Ue.

Davvero è l'ora di Framania? Per ora, con la Germania senza governo e la Francia frustrata nel suo europeismo d'assalto che non riesce a fare convinti proseliti, il peso dell'iniziativa non va molto oltre le speranze di alcuni.

Senza contare che, se si dovesse realizzare, avrebbe un impatto dirompente su un'Europa a 27, contagiata da crescenti nazionalismi e già molto diffidente verso ogni tipo di direttorio. Figuriamoci verso un colosso franco-tedesco inevitabilmente più egemone che mai: dentro l'Eurozona e dentro l'Unione.

A frenare il progetto, che avrebbe il passo rivoluzionario che i tempi oggi imporrebbero a tutti e soprattutto all'Europa, ci sono comunque seri problemi endogeni, a cominciare dalla cultura europea dei due Paesi: la Francia di Macron deve ancora dimostrare di aver superato il sovranismo, la Germania, tradizionalmente federalista, deve provare di

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-115-060
Telpress Servizi di Media Monitoring

restarlo nonostante e contro il nazionalismo montante dell'AfD con i suoi 93 deputati al Bundestag. Il tutto tralasciando la diversa cultura sindacale e d'impresa, gli interessi economici spesso conflittuali, i diversi approcci sia alla riforma dell'eurozona, uno più sensibile alla crescita economica, l'altro alla disciplina dei conti pubblici, sia alla prossima equazione del bilancio pluriennale Ue che esprimerà nei fatti la volontà di rifondare e rilanciare davvero una nuova Unione, Grande tra i Grandi.

Che si faccia o no, il solo fatto che si torni a sussurrare di Framania pone l'Italia, terza economia e secondo debito dell'euro, di fronte a una sfida esistenziale senza precedenti. Facendo i salti mortali a suo tempo siamo entrati nell'euro. Però non abbiamo approfittato degli anni favorevoli e della manna dei bassi tassi di interesse per riformare l'economia e abbattere il debito pubblico, che non ha cessato di aumentare.

Oggi ci ritroviamo con un Paese più euroscettico, con l'economia che riparte ma a un tasso di crescita che resta la metà della media di quello degli altri, con la prospettiva di una politica monetaria della Bce meno accomodante e di una graduale risalita dei tassi di interesse, con la prevedibile pressione dei mercati sul nostro iper-debito e relativi costi aggiuntivi. In breve, con la necessità urgente di completare le riforme strutturali nel momento peggiore e quasi certamente politicamente meno sostenibile.

Eppure saremo costretti ad agire: per non farci stritolare dai mercati o marginalizzare dai partner. Dopo la caduta del Muro di Berlino e con l'avvento del neo-isolazionismo americano, è diventato meno centrale il valore strategico della portaerei Italia nel Mediterraneo. Per non finire alla deriva verso Sud, dovremo remare contro corrente, contro la nostra corrente interna, verso Nord.

Ci sarà un prezzo da pagare. Oggi il debito tedesco sfiora i 24mila euro pro capite contro i 37mila del nostro. Rispetto al Pil, il primo viaggia ormai verso il 60%, il nostro si attesta sul 132%. Ma se in Germania ora cala di 78 euro al secondo, quando nel 2009 saliva di 4.400 al secondo, in Italia non cessa di salire. Passa anche e soprattutto di qui la nostra rimonta tra i protagonisti europei.

Il presente documento è ad uso esclusivo dei committenti.
104-155-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE

Sezione: ECONOMIA

Il Sole 24 ORE

Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000

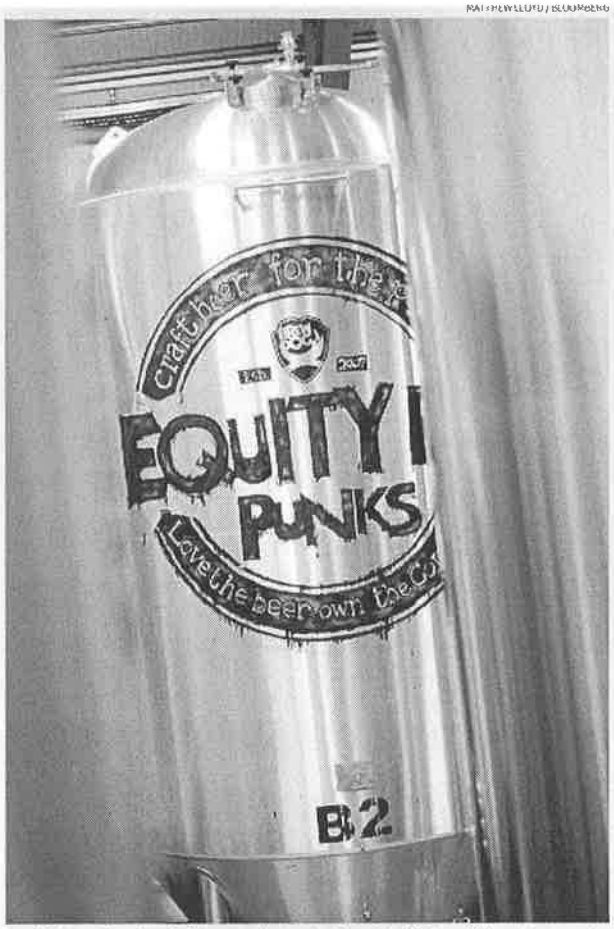
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 1,19
Foglio: 1/3

Fintech. Estese le deroghe previste per le startup innovative

Crowdfunding per tutte le Pmi Ecco le regole della Consob

È entrato in vigore il nuovo regolamento Consob sull'equity crowdfundig, la raccolta di capitale di rischio attraverso portali web, che contiene rilevanti modifiche per le piccole e medie imprese. Il regolamento, che arriva dopo una lunga gestazione, viene adeguato alle novità della legge di bilancio 2017 e della manovrina di primavera che hanno esteso a tutte le Pmi, come definite dalla normativa europea, la disciplina che prima era limitata solo alle startup e alle piccole e medie imprese innovative. Estese a tutte le pmi in forma di srl le deroghe al diritto societario già previste per le startup innovative, compresa la possibilità di offrire al pubblico le quote sociali anche attraverso i portali per la raccolta di capitali. I gestori delle piattaforme web dovranno aderire ad un sistema di indennizzo a tutela degli investitori. Servizio ▸ pagina 19

MATTHEW LLOYD / BLOOMBERG



Inghilterra leader in Europa. Brewdog è un birrificio artigianale inglese che ha lanciato Equity for Punks raccogliendo a oggi 49 milioni di sterline

Peso: 1-10%,19-31%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

104-115-080

Telpress Servizi di Media Monitoring

Capitale di rischio. Estese le deroghe già previste per le start-up innovative - Possibile offerta al pubblico di quote sociali

Crowdfunding online per le Pmi

In vigore il nuovo regolamento Consob che autorizza la raccolta attraverso portali web

Ranieri Razzante

Nuove regole sul crowdfunding. La raccolta di capitali e fondi, in particolare on line, da parte delle piccole e medie imprese, già disciplinata dalla Consob con un regolamento del 26 giugno 2013, subisce rilevanti modifiche, per effetto del nuovo regolamento del 29 novembre del 2017, in vigore dal 3 gennaio.

L'obiettivo è quello di adeguare la normativa secondaria di emanazione Consob in materia di equity crowdfunding alle modifiche in merito apportate al decreto legislativo del 24 febbraio 1998 n. 58 (Tuf).

In particolar modo, la legge di Bilancio 2017 – legge 11 dicembre 2016, n. 232 – ha introdotto non poche novità in materia di equity crowdfunding (raccolta di capitale di rischio), estendendo la relativa disciplina contenuta nel Tuf – in precedenza limitata esclusivamente alle start-up ed alle piccole e medie imprese innovative – a tutte le piccole e medie imprese come definite dalla disciplina dell'Unione europea.

Al contempo, con la manovra di primavera (Dl 50/2017) il legislatore ha esteso a tutte le Pmi costituite in forma di srl le deroghe al diritto societario già previste per le start-up innovative, ivi inclusa la possibilità di offrire al pubblico le quote sociali anche attraverso i portali per la raccolta di capitali.

I gestori dei portali dovranno innanzitutto aderire a un sistema di indennizzo a tutela degli investitori che abbia le caratteristiche già previste dal'articolo 59 dello stesso Tuf. In alternativa, potranno stipulare una polizza assicurativa per responsabilità professionale per danni derivanti al cliente dalla loro attività, che copra – per ciascun indennizzo – almeno 20mila euro e, per il totale degli eventuali indennizzi richiesti, la cifra di un milione di euro all'anno.

Per i gestori, ovviamente, sono previsti stringenti requisiti di onorabilità e professionalità, ma, soprattutto, una regolamentazione ferrea dei conflitti di interesse.

È chiaro che il fenomeno è potenzialmente frequente, dal momento che chi gestisce il portale potrebbe avere interessi particolari in imprese offerenti i titoli. In tal caso, oltre che a comunicare ai sottoscrittori dei titoli in questione i potenziali conflitti, si dovrà giungere all'astensione dall'incarico da parte degli emittenti, qualora il conflitto risulti assai rilevante e condizionante per il mercato.

Inoltre, i gestori – iscritti in apposito elenco gestito e supervisionato dalla Consob stessa – per contenere i conflitti suddetti, dovranno adottare adeguati presidi operativi che assicurino la compatibilità dell'offerta col mercato di riferimento della domanda. Ancora, essi faranno eseguire una *due diligence* dell'operazione in conflitto da soggetti terzi e indipendenti. Così come faranno fare ai soggetti che tramiteranno gli ordini dei sottoscrittori la verifica dell'adeguatezza degli strumenti finanziari oggetto delle offerte, prevista dal Tuf e dal regolamento intermediari.

Tutto ciò è necessario, è bene chiarirlo, poiché a un gestore è consentito offrire sul proprio portale la sottoscrizione di suoi titoli ovvero di quelli emessi da società controllanti, controllate, collegate, ma ovviamente le precauzioni saranno raddoppiate rispetto all'offerta di prodotti di terzi.

L'articolo 14 del regolamento Consob, in versione integrale riportata sul sito della Consob, prevede una serie di informazioni obbligatorie che i portali devono rendere chiaramente visibili al pubblico, sia identificative con esattezza del gestore, dei servizi offerti, delle garanzie, delle regole di trasparenza previste dalla normativa nazionale.

Si ricorda infatti che in materia è anche intervenuto il Dlgs del 3 agosto 2017 n. 129, di attuazione della direttiva 2014/65/Ue (cosiddetta Mifid II), che ha previsto ulteriori modifiche alle disposizioni del Tuf in materia di raccolta di capitali di rischio tramite portali on-line, anch'essa da poco entrata in vigore.

LE CONDIZIONI

Per i gestori dei portali c'è l'obbligo di un sistema di indennizzo a tutela degli investitori e il rispetto dei requisiti di onorabilità

L'anticipazione

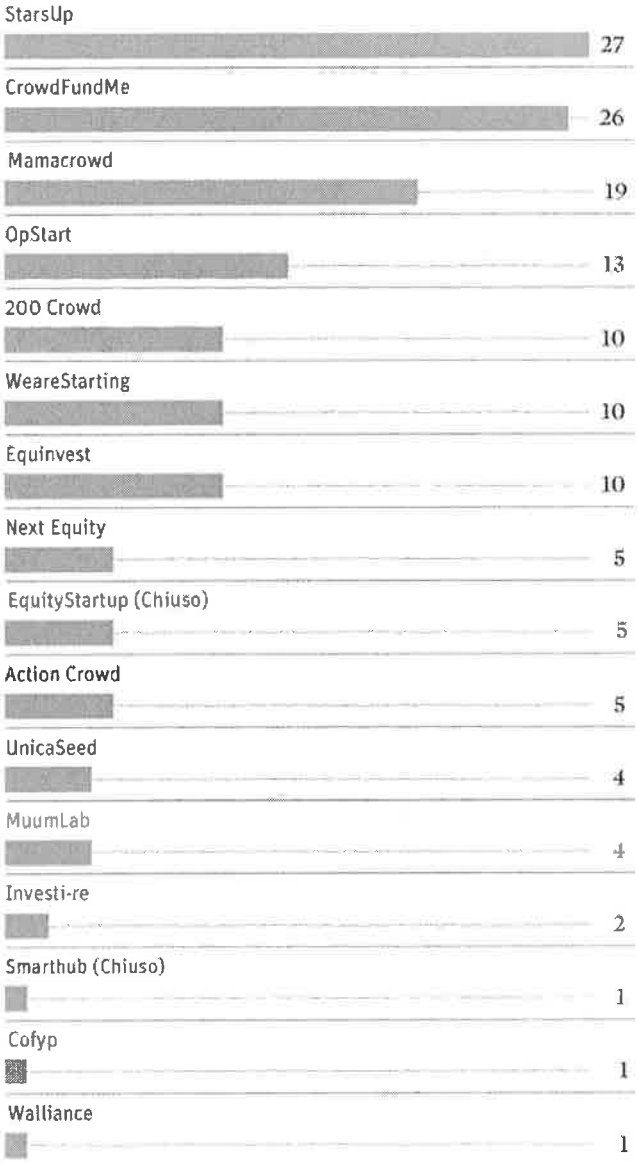
Il Sole 24 ORE
Pmi-Srl, così l'offerta al pubblico

La manovrina di primavera
Sul Sole 24 Ore del 3 maggio 2017 la notizia dell'estensione a tutte le Pmi dell'autorizzazione al crowdfunding per effetto della manovrina di primavera.

104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring
Il presente documento è ad uso esclusivo dei committenti.

Le piattaforme di equity crowdfunding

PROGETTI PUBBLICATI
Dal 1/1/2013



Obblighi informativi

01 | I DATI PRINCIPALI
Sul portale del gestore devono essere individuati:
- i dati gelerali sul gestore, ivi compresi i recapiti telefonici e di posta elettronica
- attività svolte
- data di inizio, interruzione o riavvio dell'attività
- eventuali costi a carico degli investitori
- misure predisposte per ridurre e gestire i rischi di frode
- misure per assicurare il corretto trattamento dei dati personali e delle informazioni ricevute dagli investitori ai sensi della normativa applicabile in materia
- misure predisposte per identificare, prevenire o gestire conflitti di interesse
- misure per la trattazione dei reclami e l'indirizzo cui trasmettere tali reclami
- meccanismi previsti per la risoluzione stragiudiziale delle controversie
- dati aggregati per quantità e destinatari sulle offerte svolte attraverso il portale e sui rispettivi esiti

02 | RIFERIMENTI NORMATIVI
- normativa di riferimento, l'indicazione del collegamento ipertestuale al registro nonché alla sezione di investor education del sito internet della Consob
- estremi degli eventuali provvedimenti sanzionatori e cautelari adottati dalla Consob
- iniziative che il gestore si riserva di adottare nei confronti degli offerenti in caso di inosservanza delle regole di funzionamento del portale

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-113-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE
Sezione: ECONOMIA
ItaliaOggi
Dir. Resp.: Paolo Panerai
Tiratura: 24.705 Diffusione: 59.498 Lettori: 109.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 27
Foglio: 1/1

Misura per favorire il rientro a Londra

Uk, brevetti superagevolati

DI GIORGIA PACIONE DI BELLO

Il governo guidato dalla premier Theresa May vuole riportare nel Regno Unito tutti gli utili societari derivanti dai brevetti, licenze e altri generi di proprietà intellettuale, che le multinazionali spostano in paradisi fiscali per evitare la tassazione. Il contenuto delle norma è stato inserito all'interno della legge di Bilancio 2018 che il parlamento inglese ha approvato a fine 2017. La nuova norma si applicherà da aprile 2019 (data che coincide anche con l'abbassamento della corporate tax dal 19 al 17%) e prevede che qualsiasi gruppo estero che vende sul mercato inglese, non ha una stabile organizzazione in Gran Bretagna e paga la proprietà intellettuale ad un paradiso fiscale, deve questa somma al Tesoro di sua maestà Elisabetta II. La norma era stata pensata nello specifico, per voler colpire, le multinazionali americane della tecnologia, ma si applicherà a tutte le società che presentano le caratteristiche elencate. A capo dell'operazione «rientro dei capitali» ci sarà l'Hmrc (Hm Revenue and Custom, Agenzia delle entrate inglese). Al fisco, però, è stato dato un compito non facile. Perché? Prendiamo ad esempio una multinazionale americana con una filiale in Irlanda, che vende i prodotti sul mercato inglese e paga le Bermuda per poter sfruttare la proprietà intellettuale. L'Hmrc per recuperare gli utili legati alla proprietà intellettuale, una volta appurata la situazione (la non esistenza di una stabile organizzazione nel Regno Unito e l'uso di un paradiso fiscale) andrà a verificare se esiste l'accordo sulla doppia imposizione tra Regno Unito e Bermuda. Nel caso in cui non ci fosse, questo genere di accordo, il fisco può cercare di riportare in patria i soldi legati allo sfruttamento della proprietà intellettuale. Nel caso in cui, invece, dovesse esserci la convenzione per evitare le doppie imposizioni, la norma inglese perde di valore e non potrà più essere applicata. Secondo i documenti ufficiali inglesi, il governo non ha accordi di questa natura con: Anguilla, Aruba, Bermuda, isole Marshall, Mauritius, Santa Lucia e Gibilterra. Il Tesoro inglese ha infatti previsto per il 2019-20 incassi per 285 mln di euro e per il 2020-23 di 130 mln di euro.

© Riproduzione riservata

Peso: 18%

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
072-139-080
Telpress Servizi di Media Monitoring

UNIONCAMERE
Sezione: INTERNAZIONALIZZAZIONE
Il Sole 24 ORE
Dir. Resp.: Guido Gentili
Tiratura: 82.260 Diffusione: 122.133 Lettori: 783.000
Edizione del: 05/01/18
Estratto da pag.: 12
Foglio: 1/2

SCENARI 2018 / 1. STRATEGIE PER LA CRESCITA

Per i Brics sviluppo a due velocità

Brasile, Russia e Sud Africa in difficoltà - Far East e Africa Subsahariana nuovi obiettivi

di **Giuliano Noci**

C'erano una volta i Brics: cinque Paesi (Brasile, Russia, India, Cina e Sud Africa) ritenuti all'inizio del terzo millennio come i futuri (stabili) protagonisti della crescita economica mondiale. Per un certo numero di anni la previsione si è rivelata corretta: tassi di crescita del Pil notevolmente più elevati della media dei Paesi industrializzati, opportunità di mercato e di investimento in continua ascesa.

Ma questo è il passato. Affacciandoci sul 2018, non possiamo più guardare alla futura crescita economica del pianeta con la lente dei Brics: il "mattone" (*brick*, in inglese) si è frantumato. In particolare, il Brasile – tra protezionismo di ritorno e continue crisi politiche – stenta a riprendersi dopo anni di decrescita infelice; il Sud Africa si avvicina a una crisi politica che rischia di minare non solo l'economia, ma anche la sicurezza sociale; la Federazione Russa ha sì guadagnato peso specifico nello scacchiere internazionale sul versante politico, ma ha affrontato un decennio molto difficile per quanto attiene la sfera economica: tra crisi energetica e assenza di una politica industriale in grado di far evolvere il sistema delle imprese oltre lo sfruttamento della dotazione di risorse naturali. Il gruppo dei "fuggitivi" (di inizio millennio) si è insomma ridotto a due: Cina e India. E non è poco: due Paesi che complessivamente "valgono" quasi 3 miliardi di persone, rispettivamente la seconda e settima economia del Pianeta, le cui previsioni confermano per i prossimi anni tassi di crescita del Pil (oltre il 6,5%) molto interessanti quantomeno rispetto alla nostra Europa.

Puntare il nostro sguardo (di esportatori) solo a questi due (enormi) mercati – oltre ovviamente ai classici Paesi occidentali – sarebbe comunque segno di miopia. Cambiamo dunque la lente con cui guardiamo al mondo e andiamo all'essenza dei fenomeni economici. *In primis*, consideriamo la demografia: a questo riguardo, osservo che oggi oltre 4 miliardi di persone vivono in Asia e 1 miliardo (in forte crescita) in Africa, nei prossimi anni, 9 su 10 nascite proverranno da questi due continenti (previsioni PwC). In questo modo, affermiamo un primo orientamento e, si osservi bene, un orientamento che punta ad aree geografiche ampie e non si basa sull'identificazione di singoli Paesi sparsi nel mondo (come è di fatto avvenuto con i Brics). Ritengo infatti che la presenza di poli di influenza economica solidi possa fare la differenza: esercitando un effetto di trascinamento sui Paesi limitrofi; penso a: ❶ il ruolo di Cina e India in Asia; ❷ l'effetto che il progetto *Belt and Road* della Cina (con oltre mille miliardi di dollari di investimenti previsti) potrà giocare nei 65 Paesi che tocca; ❸ i significativi investimenti delle tigri asiatiche (e non solo) in Africa.

È, in secondo luogo, molto rilevante la dimensione politica: l'esperienza dei Brics lo dimostra. La mancanza di stabilità politica rende la vita difficile al sistema economico: ne sa qualcosa il Brasile e in chiave prospettica lo imparerà, molto probabilmente il Sud Africa.

È d'altro canto da tenere nel dovuto conto il livello di apertura verso investimenti stranieri: è questa una delle condizioni necessarie per rendere possibili processi di (significativa) accelerazione dell'economia di un Paese non ancora pienamente sviluppato (come quelli a cui necessariamente dobbiamo guardare per scovare delle opportunità).

Peso: 28%

1004-115-080
Il presente documento è ad uso esclusivo dei committenti.
Telpress Servizi di Media Monitoring

Non possiamo infine dimenticare il ruolo giocato dalla dimensione del sistema economico di uno specifico Paese nell'orientare le nostre attenzioni: crescite anche molto significative in mercati piccoli non sono molto interessanti: il gioco non vale la candela. È evidentemente meglio un +6,5% della Cina che il +12% del Buthan – Paese il cui Pil è di qualche miliardo di euro.

Combinando queste variabili, ne ricaviamo, in termini assoluti, che Filippine, Bangladesh, Vietnam e Malesia rappresentano i Paesi più promettenti (oltre a Cina e India) in Asia (il cosiddetto Estremo Oriente); Etiopia, Tanzania, Ghana, Costa d'Avorio e Ruanda sono i Paesi più promettenti in Africa: tutti appartengono all'area sub Sahariana.

A queste aree geopolitiche e singole economie le imprese del Bel Paese devono guardare con attenzione: per l'attrattività intrinseca dei rispettivi mercati e sistemi economici. Due precisazioni sono tuttavia opportune. È fondamentale che esse si orientino per una focalizzazione degli sforzi (su *target* ben precisi); in questa chiave le priorità devono essere identificate in relazione alla coerenza tra le caratteristiche dello specifico mercato e gli attributi chiave dell'offerta del Made in Italy. La nostra posizione geografica non può essere trascurata: pertanto, oltre ai ragionamenti di cui sopra (validi in senso generale), non possiamo non evidenziare che Marocco, Tunisia, Egitto e Algeria sono Paesi che per contiguità geografica e aspettative di crescita devono essere nel mirino delle nostre imprese: in una prospettiva di export e di internazionalizzazione produttiva.

Promesse mantenute (e mancate). I leader dei Paesi che formano i Brics: da sinistra, il presidente del Sud Africa Jacob Zuma; il presidente russo Vladimir Putin; il primo ministro indiano Narendra Modi; il presidente cinese Xi Jinping e il presidente brasiliano Michel Temer

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.
104-115-080
Telpress Servizi di Media Monitoring