

Novità in vista

Tariffe sui rifiuti: i criteri vanno cambiati secondo le categorie

GIROLAMO IELO

ROMA. La tassa smaltimento rifiuti deve essere commisurata alla superficie dei locali e delle aree servite e all'uso cui i medesimi vengono destinati. I Comuni, quindi, debbono nel determinare le tariffe delle singole categorie dei rifiuti ad aree, secondo la loro diversa attitudine a produrre rifiuti, tener conto di ciò.

Le categorie debbono essere formate con criteri di omogeneità, comprendendo in ciascuna di esse soltanto i locali o aree che presentano analoghe attitudini a produrre rifiuti. Si deve seguire il principio in base al quale ad una maggiore potenzialità di produzione di rifiuti va applicata una tariffa più elevata. I locali adibiti al commercio al minuto potenzialmente non producono la stessa quantità di rifiuti dei locali adibiti al commercio all'ingrosso. In base a ciò i due locali non debbono essere inseriti nella stessa categoria. La stessa cosa vale per i locali adibiti alla sola vendita all'ingrosso: ci sono attività all'ingrosso che producono più rifiuti rispetto ad altre attività all'ingrosso.

Da ciò scatta l'esigenza che i Comuni debbano dettagliare meglio con apposite categorie la tariffa della tassa. Accanto a questa esigenza vi è l'altra che riguarda l'ampiezza dei locali o delle aree. Non sempre a fronte di una maggiore ampiezza corrisponde una maggiore produzione di rifiuti.

Se si vogliono articolare adeguatamente le categorie bisogna tener conto che in alcuni settori l'esercizio dell'attività richiede la disponibilità di ampi locali od aree, nei quali ovviamente la potenzialità di produzione di rifiuti per unità di superficie si riduce notevolmente. È il caso degli autosilos, delle espositivi di mobili, di macchinari, di elettrodomestici e di altri beni, ed in genere dei complessi produttivi di beni o di servizi che hanno bisogno di grandi spazi coperti o scoperti a base di produzione.

La misura della tassa da applicare a locali di questa specie deve essere molto moderata altrimenti si violano i principi stabiliti dal legislatore. Questi criteri, però, non sono applicati da tutti i Comuni che continuano ad avere tariffe con poche categorie, mentre l'organizzazione operativa delle aziende in questi ultimi anni si è modificata enormemente.

Invito rivolto alle imprese dal Cnr nelle proposte su un progetto finalizzato

Come camminare per il mondo

Come potenziare la competitività internazionale delle nostre imprese? Lo si potrà fare, forse, nei quattro anni di studi che il Consiglio nazionale delle ricerche ha invitato a promuovere con le proposte avanzate nel progetto finalizzato «Servizi e strutture per l'internazionalizzazione delle imprese». Le perplessità? Che non vi sia la partecipazione delle piccole e medie aziende.

ROMA. L'invito del Consiglio Nazionale delle Ricerche a presentare proposte sul progetto finalizzato «Servizi e strutture per l'internazionalizzazione delle imprese» ha ottenuto una eco notevole nel mondo imprenditoriale e nei centri di ricerca.

Riusciranno a lavorare insieme, nel quadriennio di ricerca e sperimentazione previsto? Il progetto finalizzato si propone «la formulazione di una proposta organica di politica e di intervento nel campo specifico delle istituzioni e dei servizi reali» per potenziare la

competitività internazionale. Evidentemente, però, non si tratta della invenzione di nuove forme di sostegno alle esportazioni bensì di mettere in condizione le imprese di camminare da sé sui mercati internazionali. In questo c'è una sfida anche per gli economisti.

Il dubbio più grosso sorge, come sempre, riguardo alle imprese di piccola o modesta dimensione. Parlare di «internazionalizzazione» in casa a gruppi che già sono multinazionali ha un senso. Ben difficile è la situazione delle imprese che, in assenza di risorse adeguate ad investire nei mercati esteri, ricorrono a forme associative - oppure ad intermediari - cioè all'acquisto di un certo tipo di servizi. In alcuni casi questa intermediazione trasmette gli stimoli del mercato estero; in altri è un diadramma che ostacola la percezione pronta della domanda e ritarda i processi innovativi.

Nell'area delle piccole imprese tre progetti di ricerca e sperimentazione sono stati predisposti dal Centro di ricerche economiche e finanziarie in una sequenza che ne fa un programma unitario. Il progetto su «Le conseguenze dell'Atto Unico Europeo sul mercato interno e gli scambi esteri dell'Italia» (utilizzatore la Confesercenti) mette al primo posto il processo di unificazione dei mercati che, di

qui al 1992, inciderà più profondamente sugli assetti produttivi e commerciali. L'ipotesi è che la possibilità di operare nel mercato mondiale, per la piccola impresa, dipenda soprattutto dalla sua autonomia capacità di investire ed innovare nel mercato di origine.

Un secondo progetto vuole esplorare il potenziale esportativo delle imprese cooperative (utilizzatore il Dipartimento Estero della Lega), cioè di un tipo di impresa che, nelle sue espressioni più diffuse, nasce con pochi capitali e un mercato locale. Alcune imprese cooperative hanno cominciato ad esplorare con successo i mercati esteri. Quante altre potranno seguirle, sia pure facendo percorsi originali, dandosi strategie appropriate? La ricerca intende dare una risposta concreta.

Sarà interessante, quando avremo il quadro delle proposte presentate, verificare in quale misura l'interesse suscitato dal progetto del Cnr si sta traducendo in un risveglio dell'interesse reciproco fra mondo produttivo e ricerca economica. I rapporti sono stati finora francamente scadenti, soprattutto per un difetto di identificazione degli ambienti di specificità ed autonomia reciproci che faciliti anche convergenze in uno sforzo che è di promozione ma non propriamente commerciale. □ R.S.

In attesa dello sbarco Il parmigiano doc approda in Usa?

PATRIZIA ROMAGNOLI

BOLOGNA. Negli Stati Uniti ci stanno già provando: col nome «parmesani» i produttori americani hanno lanciato un formaggio vagamente somigliante al parmigiano reggiano. Sono italoamericani che ripropongono una brutta copia della gloria della pianura Padana ai nuovi concittadini. Intanto, in Italia ci si muove per affrontare il mercato statunitense, quello vero. Anche se l'affare è tutt'altro che semplice. Su cinque produttori circa nella zona vocata, solo in cinque o sei sono in grado di affrontare le incognite che l'accesso al mercato Usa comporta. È una questione di capacità di muoversi attraverso i vincoli imposti dal protezionismo statunitense. «La licenza di importazione è stata concessa a pochissimi operatori, e per quantitativi contingenti», dice Giancarlo Pasquini, direttore del Cerpl, consorzio cooperativo con sede a Granarolo, poco fuori Bologna, interessato in prima persona all'operazione Stati Uniti.

Così, nonostante la possibilità di accedere ai contributi Cee in favore dell'esportazione e la presenza di una struttura aziendale adeguata a rispondere alla richiesta di questo mercato, siamo ancora ai primi approcci. I motivi sono da ricercare nelle carenze del Consorzio del Parmigiano Reggiano, che funziona esclusivamente come organismo di rappresentanza e di tutela, ma non è in grado di gestire la promozione commerciale. L'altro motivo è la limitatezza del mercato statunitense: un chilo di parmigiano viene venduto a circa 80.000 lire: troppo, rispetto alla tradizione anglosassone in cui il formaggio in generale è poco valutato. Figuriamoci poi un prodotto che già qui è considerato da intenditori.

Per questi motivi, quindi, l'export non è un obiettivo di punta per il consorzio bolognese. D'altra parte, di carne al fuoco ce n'è tanta, nell'ambito di un settore agroalimentare in Italia già in notevole movimento. Anzitutto si tratta di rapporti ai processi di concentrazione che investono il settore. In parole povere, se altri si ingrandiscono, si rischia di diventare più piccoli: ergo, meglio ingrandirsi. E per ingrandirsi, uno dei metodi più consolidati è quello di acquisire aziende altrui, possibilmente sane, possibilmente produttrici di utile, e possibilmente, infine, con il massimo d'aiuto da parte dei pubblici finanziamenti.

È quello che ha fatto la Granarolo (nome con cui il Cerpl è generalmente noto) acquisendo, l'anno scorso, la maggioranza (75%) del pacchetto azionario della Dilat di Modena, e che soprattutto farà nel marzo prossimo, se andrà a buon fine l'opzione sull'acquisto della Latta Sole. «La Sole è

un'azienda sana, la cui produttività ha semplicemente deciso di cedere il passo. Noi siamo invece interessati a restare sul mercato, non foss'altro per la nostra natura cooperativa, che ci impone di non recedere. Il Consorzio continua a dare buoni risultati di bilancio e oggi per reggere alla concorrenza occorre adeguarsi alla strategia delle concentrazioni». La Latta Sole fattura circa 80 miliardi l'anno, realizzando quasi esclusivamente con il latte fresco. Già adesso la Granarolo è leader in Italia in questo settore e con questa acquisizione si guadagnerebbe il titolo di leader assoluto. Ma non basta: acquistando anche un ulteriore mercato nel segmento latte sterilizzato Uht, si piazzerebbe proprio alle spalle del «big» italiano, la Parmalat. Una bella soddisfazione per il consorzio cooperativo. L'operazione dovrebbe andare in porto entro marzo prossimo. Il costo previsto è di 55 miliardi ripartiti in tre anni. «Ci occorre che anche la componente Confcooperative, che oggi ha dato ampiamente atto della trasparenza con cui abbiamo condotto l'operazione, faccia la sua parte nella trattativa con il ministero dell'Agricoltura che dovrà erogare i finanziamenti - dice ancora Pasquini. In base alla legge 752 sono previsti finanziamenti in conto capitale fino a quote molto elevate, e mutui a tasso agevolato: dipende però dalla contrattazione che andremo a fare la misura reale in cui ci saranno concessi. Rilevando la Sole il Cerpl acquisirebbe un'area dell'Italia Centrale, mentre oggi il suo mercato è l'Emilia Romagna, dove operano anche l'Ala e il «cugino» Giglio, consorzio cooperativo unitario in cui il Cerpl. A questo proposito, è da tempo in atto una trattativa per unificare le strategie tra Giglio e Granarolo, salvaguardando ovviamente i marchi, ma ancora oggi non si è arrivati a soluzioni operative, nonostante le buone intenzioni dichiarate da entrambi. Per il momento gli investimenti sono previsti nella ricerca di prodotti nuovi - soprattutto caseari di stile «salustiano» - nel packaging e ancor più in una sorta di campagna «ecologica» che è allo studio per '88. Fine delle bottiglie di plastica e ritorno al vetro: ma non quelle bottiglie pesanti, che si dovevano rendere ogni giorno per il lavaggio e venivano riciclate - un tempo - settanta volte: Granarolo lancerà una bottiglia di vetro a perdere simile a quella delle bottiglie di birra, così come si fa già in Germania. Il nuovo latte - e presto anche il latte «ad alta qualità» dalle caratteristiche superiori a quelle attuali - andrà a riempire bottiglie dalla loro «vecchie» sul collo largo. Inducendo in tentazione i vuoti rinunciarci all'uso del bicchiere...

Centinaia di miliardi di fatturato e di esportazione: ecco perché fotocine e autoaccessori puntano agli Stati Uniti

Foto e auto: non solo giapponesi

Las Vegas e New York: due importanti momenti per presentare alla vasta platea del pubblico americano le novità dei made in Italy nei settori degli accessori e componenti per auto e per la fotografia. Le prospettive per due comparti produttivi nei quali l'Italia ha molto da dire e da offrire, su quello che è sicuramente il più importante mercato in termini potenziali. Il parere degli espositori.

MAURO CASTAGNO

NEW YORK. Il settore fotografico? È una realtà viva e importante del tessuto produttivo italiano. Insomma, è vero che ormai le macchine fotografiche sono tutte in mano ai giapponesi ma per arrivare al prodotto finale, la fotografia, c'è una miriade di attività e di specializzazioni nelle quali noi italiani siamo ovunque molto apprezzati. È questo, più o meno, il succo di quello che ci ha detto il dottor Alberto Capozzi vicepresidente dell'associazione del settore (l'Assofoto) nel corso di un'interessante chiacchierata nell'ambito della mostra Photo 87 di New York. E, in effetti, se si considerano sia le cifre economiche del comparto, sia la grande partecipazione di visitatori a quella che è una delle massime manifestazioni specializzate internazionali (tra l'altro va detto che a Photo 87 possono entrare solo i professionisti

re numerose novità in campo di «equipment» per laboratori: densimetri, allargatori, cutter, stampatori e altri accessori. Azzeccata anche la scelta di presentare prodotti adatti ai mini laboratori. È quest'ultimo, infatti, un mercato che sta crescendo rapidamente. Bene hanno fatto, quindi, alcune ditte italiane specializzate a esporre vari esemplari di alto livello tecnologico ma dotati nello stesso tempo di appropriata flessibilità.

Buona anche la produzione per gli studi, e più in generale, quella per la realizzazione di materiale sensibile (come è noto il materiale sensibile copre le pellicole fotografiche, cinema, grafiche, per raggi X, per la carta, le lastre e i prodotti chimici per la fotografia). Insomma la manifestazione di New York va vista in modo positivo per il livello della produzione italiana e perché il mercato americano del settore appare quanto mai interessante. Le cifre stesse lo dimostrano. In tutto il paese, infatti, c'è un alto numero di amatori, operatori professionali e laboratori foto-cinematografici. In soldoni: a valle dell'esercizio di fotografi dilettanti (circa 100 milioni); ricordiamo inoltre che il 90% delle famiglie americane possiede almeno una macchina

fotografica contro il 50% dell'Italia, per un numero annuo di fotografie procapite di 70, in Italia siamo a 22, ci sono 9.000 minilaboratori, 1.200 fotofinistri, 1.200 laboratori professionali e più di 260.000 fotografi professionisti.

In conclusione un appunto va comunque fatto: la partecipazione italiana poteva essere più larga e più rappresentativa del settore presente a New York con una decina di aziende che non sono poi molte. C'è al riguardo da chiedersi se lo stesso Istituto del Commercio estero abbia svolto quella necessaria opera di informazione capillare, per portare a conoscenza dei potenziali interessati, l'esistenza e le vantaggiose possibilità di partecipazione (le spese per la mostra sono quasi tutte a carico dello Stato rientrando nell'iniziativa del programma promozionale deciso dal ministero del Commercio estero), ad una Fiera che rappresenta un passaggio obbligato per chi vuol presentare la sua produzione sul ricco mercato nordamericano.

Analoghe considerazioni vanno svolte per l'altra manifestazione che abbiamo visitato: la Sema di Las Vegas. Qui passiamo al settore, anch'esso molto importante, in termini di fatturato, occupazione, esportazioni, degli accessori e componenti per automobili. A Las Vegas, anzi, nonostante alcune eccezioni il livello della partecipazione italiana era, sia pur leggermente, inferiore a quello di New York. Ed è un peccato perché anche la Sema svolge per il particolare settore una funzione di rilievo per chi vuole cimentarsi con il mercato Usa. Mercato, è bene dirlo, ricco e interessante ma pieno di difficoltà e trabocchetti. Tutti gli espositori italiani presenti a Las Vegas hanno infatti lamentato una scarsa «onestà» da parte degli operatori americani che spesso arrivano al punto di richiedere dopo un periodo di ordinari più ragionevoli (forse proprio per preparare il terreno) massicce partite per poi fuggire come uccelli di bosco, senza pagare ovviamente, una volta ritirata la merce. Per produrre la quale spesso alcune aziende esportatrici hanno provveduto a rivedere al rialzo l'intera linea produttiva con conseguenti ulteriori pesanti danni. Il giudizio sulla Sema dei nostri espositori è, comunque, positivo. Tanto che molti di essi parteciperanno - a titolo autonomo - anche alla prossima Fiera nonostante essa non sia stata inserita nel programma promozionale 1988.



Nell'88 operatività Cee Le finanziarie regionali alla conquista del Vecchio continente

BOLOGNA. L'Assofir, l'Associazione nazionale delle finanziarie regionali, estenderà nel 1988 la propria operatività alla Comunità economica europea. È stato deciso dal Comitato esecutivo dell'associazione riunitosi a Bologna presso l'Ervet, la finanziaria dell'Emilia Romagna. Per potenziare la propria operatività, sia in Italia che in Europa, l'Assofir costituirà una «Società di servizi» che, affiancandosi alla struttura associativa, fornirà assistenza tecnica, amministrativa, finanziaria, legale e commerciale alle sedi finanziarie regionali e ad altri Enti economici pubblici e privati. La nuova società sarà aperta alla partecipazione di soggetti pubblici e privati.

Le scadenze fiscali del mese

Martedì 15 Imposte dirette, versamenti in Esattoria e Tesoreria. Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti allo sportello esattoriale e alla Tesoreria delle ritenute considerate nelle scadenze di mercoledì 9. Imposte dirette. Versamenti diretti in Esattoria. Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti in Esattoria a mezzo c/c postale (modello unificato) delle ritenute operate dai datori di lavoro non agricoli nel mese di novembre su: 1) retribuzioni, pensioni, trasferimenti, mensilità aggiuntive e relativo conguaglio; 2) emolumenti corrisposti per prestazioni stagionali; 3) compensi corrisposti a soci di cooperative.

IVA Termine ultimo per registrare la scheda carburante relativa al mese di novembre.

Lunedì 21 Imposte dirette. Versamenti diretti in Esattoria. Termine ultimo entro il quale devono essere effettuati i versamenti allo sportello esattoriale delle ritenute considerate nella scadenza di martedì 15 (modello unificato).

Giovedì 31 - IVA Termine ultimo entro il quale devono essere registrate le fatture d'acquisto pervenute nel mese di novembre. Termine ultimo per emettere e registrare le fatture (fatturazione differita) per le cessioni di beni la cui consegna o spedizione risulta da bolle di consegna enumerate progressivamente emesse nel mese di novembre.

Concessioni governative Termine entro il quale deve essere effettuato il pagamento delle tasse di concessioni governative relative al rinnovo delle licenze e autorizzazioni.

Concessioni comunali Termine entro il quale deve essere effettuato il pagamento delle tasse di concessioni comunali relative al rinnovo delle licenze per la vendita al minuto di bevande alcoliche e superalcoliche.

a cura di Girolamo Ielo

La pubblicazione dei dati della bilancia turistica e le prospettive per il prossimo anno

Euforia ma non si sa perché

Sulla base di alcuni dati parziali forse si può affermare che quest'anno non è stato negativo per l'economia turistica del nostro paese. Nonostante ci sia stato un rientro di turisti americani nel complesso la nostra capacità nell'offerta si è sviluppata. Il pericolo di paesi emergenti nell'area mediterranea, lo scarso finanziamento concesso dalla legge finanziaria per il prossimo anno.

ZENO ZAFFAGNINI

Per il turismo è tempo di bilanci e di previsioni. Fra gli addetti ai lavori, non tutti per fortuna, circola uno strano clima euforico sull'andamento della stagione 1987, e sulle prospettive per il prossimo anno. Non si comprende bene su che cosa esso si basi, se si considera che non sono state ancora ufficializzate le statistiche relative agli arrivi e alle presenze di italiani e stranieri, ed ancora non è noto il saldo della bilancia valutaria del settore.

Sulla base di alcuni dati parziali, forse si può affermare che il 1987 non è stato negativo per l'economia turistica ita-

liana, ma questo riconoscimento non è sufficiente a giustificare la euforia prima richiamata, anche perché ad alcuni elementi positivi, come un certo ritorno di turisti americani, fa da riscontro l'incapacità della nostra offerta nel conquistare nuovi segmenti di domanda turistica europea. Preoccupante è il fatto che del 10% in più, rispetto allo scorso anno, di turisti tedeschi che nell'87 sono usciti dal loro paese, l'Italia non è riuscita a conquistarne nessuno. Così come non può lasciarsi indifferenti la continua diminuzione di turisti inglesi. Deve far riflettere inoltre, se

il che può far piacere, se visto come fattore di benessere economico individuale e di crescita civile e culturale, tranquillizza un po' meno se si valuta che alla fine dell'anno la bilancia turistica sarà meno corposa, e di molto, rispetto al passato.

L'intrecciarsi delle difficoltà valutarie e finanziarie internazionali con la concorrenza sempre più agguerrita e di carattere globale e con i ritardi nell'adeguamento della nostra offerta deve far riflettere e non può lasciarsi tranquilli sull'avvenire della economia turistica italiana.

Si deve comprendere, insomma, che si è di fronte da un bivio o si imbrocca la strada del rilancio e dello svilup-

po oppure si è destinati ad inesorabile, anche se lento, logoramento, ad una perdita di posizioni. Poiché per il rilancio del turismo, per il suo sviluppo vi è un accordo generale, tutte le forze politiche e sociali ne comprendono l'importanza per la crescita complessiva del paese, si deve essere coscienti che essi potranno aversi solo se sarà avviato un processo di innovazione del prodotto e dell'immagine turistica dell'Italia. Sono interessati a questo obiettivo una quantità di soggetti pubblici e privati, ma le loro idee, il loro impegno, i loro progetti rischiano di essere vanificati, di subire, quantomeno, deleteri ritardi se a monte non saranno sortiti da una volontà politica e programmatica, oggi notevolmente carente, da parte del governo. È gravemente colpevole il modo come il turismo è stato considerato nella finanziaria '88.

Appare risibile destinare solo 400 miliardi ad un settore che fattura oltre 70.000 miliardi, che fa incassare 17.000 miliardi di valuta pregiata, che assicura valore aggiunto e occupazione, che è volano per lo sviluppo di altre componenti della nostra economia. Così come preoccupano i ritardi che si registrano nello stanziamento dei 1.500 miliardi previsti, a favore del turismo, dal piano triennale di interventi nel Mezzogiorno. Ma il problema non è solo quello di ottenere, anno dopo anno, qualche miliardo in più per il turismo. Il problema è più complesso: riguarda la politica di un settore, che oggi rappresenta una realtà corposa, ma che necessita di consistenti ristrutturazioni e adeguamenti per reggere la concorrenza ed essere all'altezza delle esigenze della domanda.

Nel febbraio scorso si è tenuta la Terza Conferenza Nazionale nella quale sono state presentate una serie di elaborazioni e proposte di grande valore. Da essa, fino ad oggi, non è scaturita la necessaria iniziativa operativa.

Quando, cosa, dove

Domani. «Le imprese controllate dagli Enti locali: Spa e municipalizzate» è il titolo del convegno promosso dalla Finanziaria per lo sviluppo della Lombardia in collaborazione con la Confederazione dei servizi pubblici degli enti locali. Milano - Sala congressi della Camera di commercio.

Organizzata dalla Fondazione Giovanni Agnelli conferenza di Daniel Bell dell'Università di Harvard sul tema «Fine delle ideologie? A vent'anni dal primo dibattito». Roma - Sala convegni di Palazzo Altieri.

Tavola rotonda dedicata a «Bilancio dello Stato. Contrattazione e previdenza integrativa». Sono previsti interventi di Giorgio Benvenuto, Franco Marini, Nerio Nesi, Luigi Spaventa. Roma - Via Salaria 113.

Giovedì 10. Viene presentato il Rapporto Italcongressi-Censis sul turismo congressuale. Roma - Sala convegni Palazzo Altieri.

«L'interscambio con l'Urss: situazione e prospettive» è il tema del convegno organizzato da Ufficio Export. Torino - Sala 200.

Celebrazione del 40° anniversario della Cassa per il credito alle imprese artigiane. Roma - Via Crescenzo del Monte 25.

Venerdì 11. Seminario di studio sul tema «La Legge 56/88 sul collocamento, autonomie locali e politica attiva del lavoro». Il seminario è organizzato dall'Assessorato Economico e lavoro della Provincia di Milano. Milano - Sala Consiliare.

Sabato 12. Promossa da Interbancaria Investimenti tavola rotonda su «I fondi a fine '87. Punto di arrivo o punto di partenza?». Partecipano, tra gli altri, Nerio Nesi, Francesco Alberoni, Mario Gabriellini. Assago (MI) Centro Congressi Milanofort.

L'analisi della gestione di un'impresa attraverso il bilancio è il titolo del seminario organizzato dalla scuola di management della Luiss. Roma - Via Cosimo de Giorgi 8. □ A cura di Rossella Funghi