

Intervista ad Inghilesi
Le esportazioni tengono
è l'import che
desta preoccupazioni

La riforma dell'Ice
La strada maestra?
Farlo diventare un
ente economico reale

Qualità, ma anche servizi

Il buco commerciale è riesplso nel 1987 tanto da superare la soglia degli 11 mila miliardi. Se il made in Italy perde colpi sul mercato mondiale si impongono interventi urgenti a sostegno delle nostre esportazioni. In questo senso una parola importante spetta all'Istituto del commercio estero, magari riorganizzato secondo criteri di maggiore efficienza. Ne parliamo con Marcello Inghilesi presidente dell'Istituto.

MAURO CASTAGNO

Presidente Inghilesi, a che si deve il peggioramento dei nostri conti commerciali con l'estero?

Soprattutto ad un'impennata delle importazioni (+8,5%) non compensata da un analogo incremento delle esportazioni. A questo riguardo una cosa va sottolineata: il nostro export non ha certo dato segni di cedimento. In valore esso è aumentato di circa il 3,5%. Il fatto è che, appunto come dicevo poc'anzi, le importazioni hanno registrato incrementi record. E ciò soprattutto in alcuni settori chiave.

Pub fare qualche esempio?

Facciamo un paio nel settore metallurgico (all'interno del quale va inserita l'elettronica) c'è stato un +18%; in quello dei trasporti un +20%. In sostanza il mio ragionamento è questo: siamo consumando troppo. E siccome il commercio mondiale cresce a livelli modesti, il mercato ita-

liano è diventato uno dei più appetibili. Tutti, così, corrono a vendere in Italia, ove, tra l'altro, non trovano quelle barriere di carattere protezionistico che altrove sono sempre più frequenti.

Vuol dire che occorre introdurre anche in Italia maggiori controlli alle importazioni?

Absolutamente no. La mia è una constatazione dalla quale partire per agire con grande coraggio affrontando un problema generale: le aziende italiane stanno dimostrando di non essere sufficientemente competitive in Italia. Insomma, secondo me la battaglia deve essere condotta essenzialmente sul fronte interno.

Come?

Ripristinando condizioni ottimali di competitività e di efficienza dell'intero sistema. Mi spiego meglio. Troppo spesso si sente dire: controllo del salario uguale controllo della

competitività. Non è così, o, almeno, non è solo così. Prima occorre controllare la qualità e la quantità dei servizi. In primo luogo quelli pubblici, offerti dal sistema nella sua globalità. Insomma se i telefoni, le poste, i trasporti non funzionano, ciò si ripercuote negativamente sulla competitività di tutto il made in Italy.

Importiamo sempre più prodotti tecnologicamente avanzati e semilavorati. Questo non vuol dire che manca una politica industriale in grado di indirizzare scelte produttive verso i settori trainanti?

Personalmente ho qualche dubbio sulle capacità taumaturgiche della politica industriale. Non possiamo fare tutto, dall'elettronica al proselitismo. In alcuni campi, tipo proprio quello dell'elettronica, siamo partiti tardi. Rientrare in gioco oggi costerebbe moltissimo, forse troppo. Allora io dico: è meglio lavorare in società internazionali e sviluppare tutte le opportunità offerte dalle joint ventures. Una maggiore internazionalizzazione delle nostre imprese è indispensabile per realizzare, proficuamente per l'Italia, questo obiettivo.

Mi sembra di capire, cioè, che lei ritiene che siano più efficaci in questo campo servano anche ad affrontare il nodo di una politica dell'importazione?

È esattamente così. La politica dalle importazioni non significa provvedimenti protezionistici, bensì essere in grado di scegliere aree di mercato con cui stabilire legami commerciali solidi. Faccio un esempio per essere più chiari. Importiamo legno dalla Malesia. Ma la Malesia vuole lavorare il legno ed esportarlo. Allora come può l'industria mobiliera italiana conquistare nuovi mercati dove i nostri mobili non sono arrivati mai e dove difficilmente arriveranno? Assecondare l'esigenza malesiana, costituendo joint ventures con ditte di questo paese, può essere un modo di risolvere un problema altrimenti irrisolvibile: assicurandosi nel contempo fonti di approvvigionamento costanti e a prezzi equilibrati. Moltiplichiamo questo esempio per tutti gli altri prodotti e paesi ove ciò è possibile e utile, e il deficit commerciale non trarrà un grosso vantaggio.

Un'azione in questa direzione servirebbe tra l'altro a fare chiarezza sui nodi del commercio estero italiano ed evitare gli alti e bassi a fronte di insuccessi di intervento di politica degli scambi) nel confronto del dollaro sia quando esso cala che quando aumenta?

Il piano sul dollaro è un piano da coccodrillo. Visto che

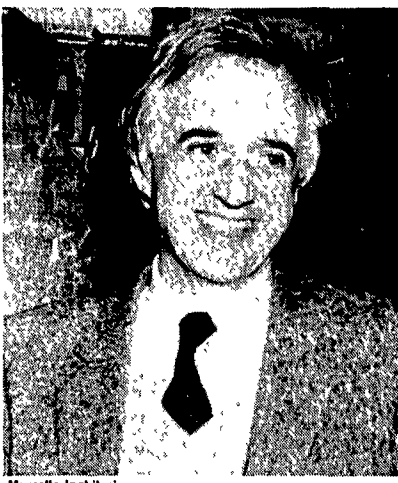
paghiamo - per le importazioni - in dollari molto più di quello che riceviamo per le esportazioni, il calo del dollaro non è sempre, e di per sé, negativo per la bilancia commerciale.

Anche da questo punto di vista più che sui prezzi è meglio puntare sulla qualità?

Certamente, tanto più che sul fronte dei prezzi non possiamo prendere in considerazione la sirenata concorrenza dei paesi di nuova industrializzazione. Una cosa, però, va detta anche per sfatare qualche equivoco esistente in materia: la qualità italiana è apprezzata nel mondo. Una recente indagine Doxa lo ha dimostrato. C'è ancora qualche problema sul fronte dei tempi di consegna. Ma è meno rilevante di quanto normalmente si supponga e stiamo comunque cercando di intervenire in questo terreno.

Insomma a fronte della ormai frusta litiata sui prezzi lei pensa che esista la qualità globale (di prodotto e di servizio) dell'offerta. E che vuol dire entrare nel terreno dei servizi reali che l'Ice può e deve (o potrebbe e dovrebbe) offrire alle aziende per aiutarle ad esportare?

Lei ha ragione, dobbiamo offrire servizi reali alle imprese.



Marcello Inghilesi

Soprattutto a livello di informazione. Passi in questa direzione il siamo già facendo, basti pensare che stiamo ampliando il numero delle nostre antenne nel mondo, oggi superiori alle 80 unità. Ma non è sufficiente. I fatti economici corrono al galoppo, bisogna adeguarsi a questa velocità. Anche a livello di elasticità nel pensare, nell'agire e nel fare. Non possiamo continuare nella bardatura di decine di controlli prima di operare. Il discorso deve essere quello di introdurre nell'Ice il parametro dei conti economici aziendali. Inoltre dobbiamo poter contare su professionalità elevate. I nostri funzionari all'estero devono essere dei veri manager dotati di strumenti moderni e capaci, proprio perché professionalmente preparati, di captare tutte le informazioni utili, anche a livello di voci sussurrate, sulle opportunità che un dato paese può offrire. Così si costitui-

ce una rete informativa forte capace di sfruttare le occasioni di mercato.

Qualche tempo fa lei sosteneva che si cambiava l'Ice e ora meglio abolirlo e tornare a utilizzare le ambasciate per promuovere il made in Italy. È ancora dello stesso parere?

Sì, lo, però, mi batto per la riforma da realizzare in tempi brevi. Se potessi influire sulle scelte del governo metterei questo punto nel suo stesso programma. Comunque noi dell'Ice abbiamo da tempo predisposto per il ministro Ruggiero tutti gli elementi per metterlo in condizione di poter decidere in questa materia. Staremo a vedere che cosa farà.

In conclusione l'Ice deve uscire dal parastato?

Ritengo che l'Ice debba essere trasformato in un Ente pubblico economico.

Novità dal Testo unico
A ben guardare
si premia
la preveggenza

GIROLAMO IELO

ROMA. L'articolo 36 del regolamento di attuazione del Testo unico delle imposte dirette contiene una sorpresa che verrà accolta con notevole benevolenza da parte dei contribuenti. Quest'articolo detta che «le disposizioni del Testo unico non considerate nei precedenti articoli di questo Capo hanno effetto anche per i periodi d'imposta antecedenti al primo periodo d'imposta successivo al 31 dicembre 1987, se le relative dichiarazioni, validamente presentate, risultano ad esse conformi. Restano fermi gli accertamenti e le liquidazioni di imposte divenuti definitivi». In altre parole se per gli anni scorsi si era chiesto un beneficio che allora non era previsto ma in virtù del Testo unico è legittimo gli uffici lo devono concedere. Viene premiata la preveggenza. Naturalmente chi aveva ossequiato le disposizioni di legge non avrà alcun vantaggio.

Vediamo qui di seguito questi vantaggi:

- 1) Periodo. La norma di favore si applica per i periodi di imposta precedenti al primo periodo di imposta che inizia dopo il 31 dicembre 1987.
- 2) Dichiarazioni. I benefici presuppongono l'esistenza di dichiarazioni «validamente presentate». Sono esclusi, pertanto, quei contribuenti che hanno omissi di presentare la dichiarazione o che l'hanno presentata in forma nulla (ad esempio, senza firma).
- 3) Comportamento. È indispensabile che il contribuente in sede di dichiarazione dei

redditi si sia attenuto alle disposizioni del Testo unico, anche se queste disposizioni a quel tempo non erano applicabili o non esistevano.

4) Limite. Se però gli uffici in precedenza hanno accertato e liquidato le relative imposte in virtù del comportamento preveggenze del contribuente possiamo avere due ipotesi. a) se gli accertamenti e le liquidazioni sono divenuti definitivi (non c'è contenzioso pendente) non si ha diritto ad alcun beneficio; b) se gli accertamenti e le liquidazioni sono in contestazione si ha un colpo di spugna. Inoltre, gli uffici non effettueranno accertamenti e liquidazioni in tutti quei casi in cui i contribuenti hanno anticipato le disposizioni del Testo unico.

5) Applicazione. I benefici anche in presenza del comportamento anticipatore del contribuente non si applicano solamente nei casi in cui il legislatore nel Testo unico indica perentoriamente che la disposizione di legge ha efficacia a partire dal 1° gennaio 1988 (ammortamenti, plusvalenze, ecc.).

6) Casistica. I benefici si applicano: a) per l'Ilor (non è dovuta l'Ilor da parte del collaboratore familiare se negli anni precedenti non hanno assoggettato i redditi di partecipazione all'Ilor); b) per i componenti degli amministratori; c) per l'Invim sui beni immobili che hanno prodotto plusvalenze; d) per il finanziamento dei soci; e) per gli ammortamenti di beni inferiori ad 1 milione di lire; f) per le sopravvenienze da procedure concorsuali.

Quando, cosa, dove

- OGGI** - Viene presentata la IV indagine statistica elaborata dal Mediocredito Centrale su «Fattori di crisi e di successo della piccola e media impresa manifatturiera alle soglie degli anni 90». Interverranno, tra gli altri, Rodolfo Banti, Piero Barucci, Francesco Parrillo, Guido Rey, Marcello Inghilesi, Franco Muscarà e i ministri Battaglia e Ruggiero. Roma - Sala Convegni dell'Associazione Bancaria Italiana.
- Promosso dal Banco di Sardegna convegno sul tema «Sardegna: opportunità d'impresa».** Milano - Auditorium Assolombarda.
- DOMANI** - Organizzata dall'Ordine dei dottori commercialisti in collaborazione con il Monte dei Paschi di Siena, tavola rotonda su «Reali tributarie, responsabilità dei professionisti». Interviene Victor Likar, presidente della Camera di Commercio di Siena.
- il caso Napoli.** Sviluppo industriale e fattori ambientali. Le proposte del gruppo imprenditoriale è il tema del convegno-dibattito organizzato dal gruppo giovani industriali di Napoli. Intervengono i ministri Battaglia, Gava, Tognoli. Napoli - Salone delle Conferenze Isveimer.
- LUNEDÌ 29** - Convegno nazionale per responsabili commerciali sul tema «I prossimi quattro anni nel corso del quale verrà presentata la ricerca effettuata dai Naibit Group di Washington su «Tendenze di sviluppo dei consumer markets». Verona - Sala A del Centro Congressi della Fiera.
- Promosso dalla Camera di Commercio di Milano in collaborazione con l'Unione industriale della provincia di Milano convegno dedicato a «Tecnologia e finanza nel futuro delle piccole e medie imprese».** Aprile - sede della Camera di Commercio Piero Bassetti. Milano - Camera di Commercio.
- Imprenditorialità nella distribuzione petrolifera per il risparmio energetico.** La qualificazione dei servizi e la tutela dell'ambiente. Questo è il tema del convegno organizzato dalla Comprol-Consorzio a cui seguirà una tavola rotonda di commento e approfondimento dei lavori a cui parteciperanno: G.B. Zorzi (Consorzio Enel), Gianni Ravaglia (sottosegretario all'Industria), Bruno Orsini (Dc), Gabriele Salerno (Psi), Massimo Sciala (Lista verde), Giulio Quercini (Pci), Enrico Testa (Pci). Bologna, Palazzo Unipol via Stalingrado.
- GIOVEDÌ 3** - Organizzata dalla Cariplo in collaborazione con l'Università Cattolica si svolge il seminario sul tema «Strategie di internazionalizzazione dell'industria alimentare europea». Milano - Centro Congressi Cariplo.

□ A cura di Rossella Funghi

Le piccole e medie imprese verso il 1992
Al centro dei problemi il rapporto prezzo/prestazione

Organizzazione, immagine e...

Chiari, la prima puntata, i meccanismi che il Parlamento europeo metterà in funzione alle soglie del 1992, data di nascita del Mercato Unico, non resta che vedere come le piccole e medie imprese italiane stanno correndo le coordinate di rotta in vista di questo appuntamento. Ci sarà una estensione del mercato sostenuto dai grandi gruppi industriali? Come si collocheranno le piccole e medie aziende?

MAURIZIO GUANDALINI

Il ministro del Commercio estero, Renato Ruggiero: «Attendiamo il 1992 non con paura ma con grande fiducia e ciò vale per tutta l'Italia che produce, ma soprattutto per le piccole e medie industrie le quali hanno già avuto occasione in passato di vincere altre importanti scommesse». A parte l'enfasi ottimistica del ministro diamo una occhiata alle cifre. I prodotti italiani negli altri paesi del Mercato Comune costituiscono il 57% dell'export. Si prevede che l'unità di mercato europea possa dare una mano alle imprese più deboli perché nel 1992 verranno aboliti i fra-

zionamenti territoriali assistendo, però, al tipico andamento che gli esperti definiscono dei «stops and goes». Dalla relazione del dott. Massimo Mancini, direttore generale dell'Istituto nazionale per il Commercio estero, vengono a galla dei dati interessanti. Emerge una elevata specializzazione dell'industria italiana in alcuni settori cosiddetti tradizionali tradizionali. Vale a dire una polarizzazione settoriale che la espone a maggiori rischi di mercato.

C'è poi una elevata elasticità delle quantità esportate al prezzo dei concorrenti. Il che indica un minor potere di

2) nelle prestazioni (Innovazione, design, tecnologia, qualità del prodotto);

3) nell'immagine (cura del cliente, stabilità di rapporti, aderenza alla domanda di mercato).

«Con riferimento all'organizzazione aziendale le indagini svolte finora su sette mercati e su circa 40 settori merceologici hanno indicato complessivamente un giudizio negativo per quanto riguarda le consegne e l'assistenza. Circa le prestazioni il complesso delle indicazioni suggerisce che, relativamente ai beni di consumo, possono essere visti come punti di forza l'innovazione, la qualità, il design e la lavorazione. Caratteristiche che sono rimaste ad un livello alto e costante anche se minacciate dalle produzioni imitative. Per i beni industriali invece emergono critiche sul livello di standard della produzione consegnata e generalmente il know how tecnico è considerato basso. L'immagine della produzione italiana è generalmente accet-

tabile ma, nonostante le differenze di mercato e di settore, sembra essere appiattita su degli stereotipi che possono avvantaggiare alcune produzioni e danneggiare altre».

Come superare questo gap negativo? «Innanzitutto migliorare il rapporto prezzo/prestazioni: adeguare l'offerta alle tendenze della domanda garantendo costanza e certezza nel tempo e nella qualità e centrare le fasce di prezzo mantenendosi al di sotto delle soglie massime. Uno sguardo deve anche essere rivolto all'informazione. Basti citare alcuni esempi: descrizione delle caratteristiche di prestazioni dei prodotti e dei benefici offerti; manualistica di installazione; uso e manutenzione; diagnostica e riparazione. Affidabilità delle consegne: tempi, procedure amministrative e doganali, coerenza degli standard. Affidabilità della riparazione e manutenzione; rispondenza alle norme per la sicurezza, garanzie di collaudo, rapporti con gli agenti e capacità di con-



trolli diretti con i clienti. Altro obiettivo fondamentale è sul terreno della distribuzione che trattiene una quota di valore molto ampia rispetto a quello del fornitore e consente all'operatore estero di negoziare i suoi acquisti da un produttore all'altro. Il che significa la necessità di superare una situazione di vantaggio della distribuzione anche mediante una politica di "marchi" che renda più appetibile il prodotto. C'è un ruolo dell'operatore

pubblico orientato alla promozione dell'ambiente scientifico e tecnologico stimolando le imprese a promuovere se stesse nel mondo della cultura e della tecnica degli altri paesi. Una vera e propria promozione della cultura dell'impresa con investimenti sulla distribuzione in direzione del radicamento delle imprese mediante la predisposizione di servizi di sostegno. (Fine - La precedente puntata è stata pubblicata martedì 16 gennaio)

Produttori Moscato d'Asti e mercati esteri

Settanta milioni di bottiglie sulle tavole di tutto il mondo

MASSIMO FILIPPINI

ROMA. 3.900 aziende viticole nel comprensorio d'origine del Moscato Doc nelle provincie di Alessandria, Asti e Cuneo, aderenti a 18 cantine sociali, con oltre 2.900 soci; questa la base associativa della Produttori Moscato d'Asti, l'associazione che rappresenta un fiore all'occhiello dell'imprenditoria italiana. Realtà come questa portano lustro all'intero paese e non solo al settore agricolo; basti pensare che dall'originaria produzione di un milione di bottiglie l'anno del 1940 siamo oggi ad oltre 70 milioni di pezzi annuali. E, fattore ancora più importante, la stragrande maggioranza dei quali destinati all'esportazione.

Come è potuto accadere tutto questo? Certamente grazie all'abilità, alla dedizione, alla serietà della gente di queste zone che partì da lontano per prepararsi al futuro. Già

nel 1932 un provvedimento di legge delimitò il comprensorio di coltivazione delle uve moscato bianco destinate alla produzione; fino al 1976 quando, con un decreto del Presidente della Repubblica, si fissò la zona nei 52 comuni d'origine. Infatti, l'aver delimitato il territorio esclusivamente alle Langhe ed al Monferrato è stata una opportuna scelta imprenditoriale per evitare che deleterie duplicazioni ledessero il prodotto finale. Questo vitigno è infatti strategico per l'economia della zona se si considera che ben l'80 per cento della superficie agricola utilizzata in questione è coperta da impianti viticoli di questo genere.

Lo sforzo che sta producendo tutto questo? Certamente grazie all'abilità, alla dedizione, alla serietà della gente di queste zone che partì da lontano per prepararsi al futuro. Già

zioni professionali agricole italiane) è quello di incentivare il consumo interno. Cosa strana per il nostro paese, così fortemente penalizzato dalla bilancia agro-alimentare, oggi le industrie di trasformazione che lavorano queste uve riescono a penetrare, grazie all'elevata qualità del prodotto iniziale, a sfondare mercati.

Patrucco presidente della Ticino Assicurazione

ROMA. Centosei miliardi di lire di premi nel 1987, azionista di controllo dell'Unipar (a cui fanno capo Nazionale e Nazionale Vita), centosessanta dipendenti a livello nazionale e da pochi giorni anche una sede della direzione generale nuova di zecca.

Questa è, in sintesi, la fotografia della compagnia di assicurazione Ticino, una società che in questi anni ha saputo conquistarsi importanti fette di mercato del nostro Paese. Proprio a dimostrare l'importanza assunta da questa compagnia c'è la recente notizia della nomina a presidente di Carlo Patrucco, vicepresidente della Confindustria. Restano al posto di direttore e condirettore rispettivamente Luciano e Giorgio Cittadini.

Traducendo tutto questo in dati più prettamente economici si può parlare di un fatturato della prima di circa 70 miliardi di lire annui. Ma l'affare «Asti» è naturalmente ben più vasto se si considera il fatturato industriale ricavato direttamente dalla produzione delle bottiglie di spumante: 210-220 miliardi di lire l'anno.

L'attività dell'Italconscoop, il consorzio nazionale che raggruppa cooperative di progettazione, ingegneri, architetti e tecnici intermedi

Promuovo quindi acquisisco

MASSIMO TOGNONI

ROMA. I 30 miliardi recentemente stanziati per finanziare la progettazione del Sistema direzionale orientale a Roma costituiscono un esempio di come, dopo una storica mancanza di programmazione territoriale, sempre più si attribuisce alla progettazione un ruolo determinante per un'organica pianificazione di interventi infrastrutturali integrati. È in questo settore che opera Italconscoop, consorzio nazionale nato nel 1982 su impulso dell'Anpic-Lega, che raggruppa, attualmente, 6 cooperative di progettazione con oltre 180 tra ingegneri, architetti e tecnici intermedi. Italconscoop che, fin dagli esordi, opera esclusivamente all'estero, funziona come un ufficio commerciale collettivo che acquisisce lavori di progettazione per le cooperative consociate.

Dopo una prima fase di prosa di contatto col mercato, una seconda di attività promozionali, il consorzio è passato ad una fase di acquisizio-

ne di contratti significativi, con una parallela crescita delle capacità di contrarre alleanze e della conoscenza dei mercati. Il punto maggiore di forza del consorzio è l'America latina e, più precisamente, l'Argentina, dove, ad esempio, Italconscoop è socio mandatario di un Consorzio, costituito insieme con Elettroconsul e Italconsul, che ha portato a termine uno studio di fattibilità integrato (finanziato dal governo italiano per 2 miliardi e 800 milioni) per l'ottimizzazione dello sfruttamento del bacino idrico di San Juan, che prevede la costruzione di una diga con annessa centrale idroelettrica, il ripristino della rete irrigua su ottantamila ettari, l'introduzione di nuove colture pregiate.

Tra gli altri interventi merita di essere ricordato quello per la creazione, in collaborazione con l'Apo di Casena, di un laboratorio di micropropagazione, un procedimento che consente di clonare milioni di esemplari dalle cellule di una

pianta madre selezionata per le sue caratteristiche di qualità, produttività e resistenza ad agenti infestanti. Ma oltre all'Argentina, dove Italconscoop vede premiati investimenti considerevoli effettuati nel corso degli anni passati, il consorzio sta già individuando nuove aree di intervento nel continente, con l'avvio di contatti in Guatemala e in Ecuador e, in prospettiva, in Costa Rica e in Venezuela.

Un altro importante polo di attività del consorzio è localizzato in Africa, più precisamente in Mauritania, dove, in consulenza (strumento predisposto dalla Lega per le attività finanziarie dal Fai e che riunisce Italconscoop, Dam, Prognit e Coopentec) è impegnato nella realizzazione di un contratto, per il quale sono già stati approvati i relativi finanziamenti, che, anche in valore (oltre 23 miliardi), è uno dei più significativi di tutta la cooperazione internazionale allo sviluppo. Le attività del consorzio sono, come si vede, di notevole rilievo. Ma sono in programma ulteriori sviluppi. In primo luogo si progetta, a breve termine, alla tra-

sformazione in società di capitali, ciò allo scopo di consentire l'ingresso di strutture nuove cooperative (che spesso possiedono competenze indispensabili per interventi complessi), ma anche di ampliare la base sociale (in tal senso sono in corso trattative con cooperative della Toscana, del Veneto, del Lazio, della Puglia, della Basilicata).

«Certo, bisogna constatare, oggettivamente, che i nostri rapporti sono talvolta più agevoli con imprese private che non con altre cooperative», dice Sergio Crnisti, direttore commerciale di Italconscoop - «forse ciò è anche dovuto ad una certa sottovalutazione, nel movimento cooperativo, del ruolo delle strutture di progettazione e di engineering, alle quali va invece riconosciuto un livello di autonomia ormai accettato anche in sede comunitaria». Ma, a parte questo rilievo, all'Italconscoop si guarda con notevole ottimismo allo sviluppo delle attività, considerando comunque l'Europa come vero banco di prova delle proprie ca-

pacità. «Siamo impegnati in attività promozionali in Spagna», dice ancora Crnisti - «e siamo, in Italia, consulenti ufficiali del progetto "Investire in Siviglia" mirante ad attirare investimenti nella provincia spagnola. Il nostro obiettivo è, comunque, quello di consolidare, attraverso la collaborazione, la nostra presenza in questo paese che sta conoscendo elevati ritmi di crescita».

Un'indicazione, quest'ultima, interessante per l'intero sistema imprenditoriale Lega: uno stimolo ad attivare, in vista dell'importante scadenza del 1992, sinergie internazionali che gli consentano di traghettare nuovi e più ambiziosi obiettivi di sviluppo.

AVVISO AI LETTORI

Da questa settimana la pagina «Spazio Impresa» uscirà tutti i venerdì.