Vicenza

A scuola di esperanto dell'export

MAURO CASTAGNO

VICENZA. Exw, Ddp, Daf, Exs. Sono codici di sistemi scientifici o, magari, spaziali? No, molto più semplicemente sono alcune delle 14 voci che compongono gli Incoterms di commercio internazionale e dalla Commissione economica per l'Europa delle Nazioni Unite. Codici, quindi, di regolamentazione e di semplificazione del commercio internazionale e, come tali, di notevole importanza. Tanto più che essi tendono a definire in questo campo un linguaggio internazionale che costituisce un po' l'esperanto del commercio mondiale. È stato questo uno degli argomenti maggiormente trattati a Vicenza presso la prestigiosa villa Valmarana-Morosini sede del Cuoa (Consorzio universitario per gli studi di organizzazione aziendale), nel corso di un interessante seminario di base per gli operatori del commercio estero, curato dall'Ice e dallo stesso Cuoa.

Marco Zucchini, uno dei massimi esperti in questo campo scientifico, è partito da una domanda-base: quale è l'obiettivo di una corretta operazione di esportazione? Far pervenire il prodotto giusto nel posto giusto, nel minore tempo, nel modo più conveniente e al minor costo. Se questa è la risposta esatta, ne deriva una conseguenza: non basta produrre, e neanche dotarsi di una strategia di marketing, occorre anche che all'interno di tutta l'operazione commercio-estero venga inserito il problema della distribuzione fisica o, meglio ancora, quello del servizio al cliente. Ed è qui che rientrano in ballo i già citati Incoterms. Essi possono risolvere problemi e controversie di non poco conto sia in termini di costi che di rischi.

Prendiamo un paio di esempi. In alcuni paesi, le tasse di importazione pesano molto. Un corretto uso dei codici Incoterms inseriti nei contratti stipulati, permette di risolvere – prima ancora che sorgano – molte controversie che possono costare bei soldoni. E, ancora, chi deve pagare i visti ai consolati o alle Camere di commercio? O, nel franco fabbrica, a chi spetta il carico della merce sui mezzi in partenza? Gli Incoterms sono belli e pronti per fornire le risposte a questi e altri casi. Solo che, proprio perché ci troviamo in un terreno minato, fonte, cioè, di gran parte delle controversie commerciali, questi codici devono essere assimilati in pieno dagli operatori. Quanto prima, insomma, si arriverà ad una loro piena conoscenza, tanto meglio sarà per l'intero commercio estero italiano. Perché in tal modo, tra le altre cose, verrà superato uno dei peggiori handicap che impediscono spesso la realizzazione di buoni affari o l'eliminazione della possibilità di prendere bidoni. Parliamo del fatto che troppo spesso il venditore estero sottoscrive delle clausole contrattuali senza conoscerne l'esatto significato.

Ecco, dunque, la necessità di attrezzarsi bene in questo campo per cogliere a volo le opportunità di realizzare significativi guadagni e per non restare indietro rispetto ai nostri partner commerciali. Intanto, infatti, le cose non restano ferme: in un periodo di tempo relativamente breve l'uso degli Incoterms è aumentato fino a raggiungere il 10% di tutte le operazioni effettuate negli scambi internazionali. Questo fenomeno, in fase di continua espansione, si accompagna ad un altro molto significativo: quello della aumentata professionalità degli operatori. In sostanza mentre fino a qualche anno fa la crescita impetuosa del commercio mondiale e – quindi degli operatori del settore – aveva determinato una diminuzione del livello di professionalità tipico del periodo fino alla fine degli anni 50 (quando coloro che operavano sui mercati mondiali erano pochi e molto bravi), oggi assistiamo ad una risalita del livello di professionalità. Per questo chi non si attrezza e rimane indietro rischia di prendere delle belle sberle.

Su questo Zucchini è stato esplicito, proprio perché essendo un esperto del settore sa di cosa parla, e dei vantaggi e dei rischi che il campo di gioco denominato «termini di resa» comporta. La giornata dedicata a questo problema è stata ben spesa e il giudizio su tutto il seminario dell'Ice non può non essere positivo.

Dove va l'industria agro-alimentare italiana / 4

Coop, partita tutta da giocare

Quando si parla di agro-alimentare non si può non ricordare il peso ed il ruolo del mondo cooperativo. Ma alla cooperazione rimane una sola strada da percorrere. Costruire una leadership agroalimentare in grado d'allearsi con pubblico e privato per sfidare i mercati internazionali. Quindi «essere comprimari e puntare al massimo» mettendo in prima fila strategie di marketing e comunicazione.

MAURIZIO GUANDALINI

«Per troppo tempo la cooperazione – spiega Mario Zigarella, presidente dell'Anca Lega (l'associazione nazionale cooperative agricole) – è stata trattata come un soggetto diverso. E in questa diversità si è realizzata l'emarginazione di un protagonista dello sviluppo e dell'innovazione». La voglia di fare è tanta. Ma c'è qualcuno che mette ostacoli da tutte le parti. Nessuno, però, ha l'intenzione di tirarsi indietro. Cominciamo dall'Europa. Per la cooperazione agroalimentare è una strada in salita. Difficoltà nell'approvvigionamento di capitali d'investimento nelle attività di ristrutturazione, nella concentrazione, specializzazione produttiva e allargamento delle imprese sul mercato. Stretti vincoli legislativi e assenza di una normativa europea unificante per la cooperazione ostacolando, così, la collaborazione. Insomma una corsa dove chi è privilegiato parte per primo; mentre gli altri resteranno eterni secondi.

Alla faccia della parità! Forse, c'è il timore di dar fastidio all'espansione delle grandi imprese multinazionali. Intanto in Europa, pur con difficoltà, sono cresciuti gruppi agroalimentari cooperativi: Friki (Olanda), Sodima (Francia), Coltiva (Italia) e via elencando. Il primo passo per una alleanza tra cooperative, impresa pubblica e privata, parte dalle reti distributive. «L'unica soluzione, che vado sostenendo – dice il prof. Augusto Morello, economista, presidente dell'Associazione Italiana per gli Studi di Mercato – è di fare investire gli stranieri nelle nostre strutture distributive, prima che c'invadono, in cambio di nostri investimenti nelle loro strutture». In un campo strategico, come quello distributivo, non si parla più di sommatoria di piccoli e medi negozi organizzati. Ci troviamo di fronte ad una impresa vera e propria. Basta osservare la trasformazione del supermercato. «Se i supermercati degli anni 60 e 70 erano i supermercati del libero servizio – precisa Ilario Ghiselli, direttore marketing della Coop Italia – quelli dell'80 sono quelli del fresco, della valorizzazione del servizio. Mentre quelli degli anni 90 saranno i supermercati del multiconsumo, con una espansione dell'area di vendita, per affermare una qualità, una varietà e una convenienza che diventa il primo elemento della competitività tra imprese distributrici». Sì ai prodotti di marca. Ma soprattutto personalizzazione, identità e ampliamento dell'offerta. Sempre più prodotti dell'impresa distributrice e un maggior numero di servizi al consumatore. Dopo una fase di edonismo vivremo quella del consumerismo; di rapporti leali, dove la distribuzione non s'azzarderà per alcun motivo a «prendere in giro» il consumatore. Alla base di tutto c'è la difesa dei diritti del consumatore, diritto all'informazione, di scelta, alla sicurezza e diritto d'essere ascoltato. Esperienze già iniziate dalla Coop, in occasione di campagne promozionali, e ben avviate anche in Francia e Gran Bretagna.

Vale la pena abbandonare le ricerche di mercato e mettere da parte la logica di seguire un mercato instabile, per venire incontro agli interessi e ai desideri dei consumatori. Si può migliorare, innovare, far profitto se s'inventano delle soluzioni che gli altri potrebbero vantaggiosamente volere. Il prof. Morello: «Bisogna che le imprese riducano il disturbo e il disordine naturale che sta all'interno del mercato cambiando le regole del gioco».

«Condivido in pieno le analisi del prof. Morello – afferma il dott. Giancarlo Pasquini, direttore del Consorzio Emiliano Romagnolo Produttori Latte –. Anche per noi marketing non vuol dire comunicazione, immagine, pubblicità; vuol dire prevalentemente nuovi prodotti. Quindi capacità d'innovare il prodotto. Ad esempio tra breve lanceremo una nuova linea di yogurt che chiameremo ecologico. Sarà in un contenitore di carta e senza conservanti. Poi proseguiremo gli studi per la sostituzione del contenitore del latte; dalla bottiglia di plastica a quella in vetro a perdere. Quindi siamo noi che scegliamo il campo di battaglia sul quale combattere».

«Bisogna arrivare – ha detto Robert Smiley, docente di strategia aziendale della Cornell University e consigliere d'amministrazione della National Federation of Indipendent Business, l'associazione delle piccole e medie imprese del settore privato statunitense – al monopolio naturale, cioè quella fetta naturale di mercato che nessunaltro gruppo ha interesse ad invadere. Le piccole imprese devono trovare una nicchia di mercato per non mettersi in guerra con le grandi». Come fare? O offrire differenziare il prodotto, aggiungendogli caratteristiche che ne migliorino la qualità. Ad esempio nel lattiero-caseario l'innovazione può dare una mano per lanciare sul mercato europeo i formaggi che si producono artigianalmente a livello locale. Si tratta di mettere in piedi una solida struttura industriale per «contenere» i colpi bassi dei concorrenti internazionali. Riducendo ai minimi termini. L'innovazione agroalimentare passa attraverso una conoscenza dell'immagine del mercato.

(4 - Continua)

Le imprese e il fisco

Non è più tempo di accertamenti contabili

Questa settimana interviene la Confapi, l'associazione delle piccole e medie industrie, attraverso un suo consulente economico. Al centro dell'intervento la necessità di eliminare gli antistorici accertamenti contabili ed introdurre strumenti più pertinenti al fine di combattere l'odioso fenomeno della evasione fiscale. Un invito a svecchiare la struttura amministrativa.

EDOARDO CINTOLESI *

È trascorso più di un mese da quando il ministero delle Finanze ha reso noti i dati sul gettito tributario relativi al 1987. Giustamente i commentatori di cose economiche hanno parlato di «oscar delle entrate» con riferimento ai 226.487 miliardi che sono affluiti nelle casse dello Stato. Un incremento che, al netto dell'Iva, devoluto alla Cee (5.577 miliardi), rappresenta per l'Erario il 14,8% in più rispetto al 1986, che pure si era chiuso con un incremento sull'anno precedente (1985) dell'11,7 per cento.

A queste cifre, assai positive, hanno concorso soprattutto l'Irpef per oltre un terzo (circa 80.000 miliardi), ma anche l'Iva e l'Imposta sulle società (Irpeg) in termini di maggiore tasso di crescita annuale.

Rammentiamo queste cifre perché meritano di essere attentamente valutate anche in termini di confronti internazionali.

Infatti, spesso nel discutere sull'evasione si produce un equivoco sulla portata del fenomeno e sulle strategie per combatterla. Eppure nonostante le cifre impressionanti dell'anno finanziario appena trascorso, la piaga di persone e settori che evadono le imposte è tutt'altro che guarita.

Ecco perché finalmente il dato macroeconomico fra giustizia di un malinteso senso di intendere la lotta al contribuente disonesto. L'Italia, sulle grandezze di contabilità nazionale, è sicuramente al passo con ogni altro paese industrializzato sul tipo della Francia, della Repubblica federale tedesca o della Gran Bretagna. La pressione tributaria, misurata anche con i contributi sociali, da noi va perciò considerata più che accettabile e certamente in linea con le rivelazioni Ocse del mondo industrializzato. Accrescerne la misura non solo è pericoloso, ma direi controproducente sul piano della stabilità e dell'equilibrio politico. Un eccesso, un punto di troppo, un'imposta sbagliata potrebbero alterare lo stesso prelievo sulla produzione ed il lavoro che già scontano adeguatamente la loro partecipazione al servizio della spesa sociale.

L'evasione permane

Cosa fare allora, visto che comunque, l'evasione ancora permane e non si arresta neanche di fronte ad interventi che pure sono stati di una certa asprezza come la famosa legge «516» del 1982, meglio nota come «manette agli evasori» e l'altrettanto conosciuta Visentini-ter sull'impresa minore ed il lavoro autonomo? Su quest'interrogativo forse oggi si può, con una certa tranquillità, esprimere anche una proposta possibile per gli anni a venire. La valutazione sul passato risiede nel contesto microeconomico. All'interno del gettito qualcuno paga tutto su tutto l'imponibile da sempre come il lavoro dipendente e le imprese; qualcun altro ha iniziato a pagare dopo le leggi testé citate, ma ancora un certo numero di contribuenti è recidivo al dovere di pagare un «quid» di imposte ragionevoli.

Si fa luce cioè l'impossibilità di riuscire, senza sistemi documentali, a toccare alcune situazioni fiscali che permangono nonostante il gettito. Per cui alcuni (gli stessi) pagano sempre e sempre di più, altri si sottraggono al prelievo, nonostante nuove imposte e nuova legislazione. Se questo è vero il problema dell'evasione è allora più propriamente problema di perequazione tributaria. Ciò vuol dire che occorre andare, con sistemi mirati e piccole riforme di struttura, *a cercare* il gettito senza ulteriori affanni, presso il variegato mondo delle subcommesse e del lavoro nero che ancora sfugge all'obbligo fiscale.

In altre parole se, con la riforma del 1972/1973 e il meccanismo della ritenuta alla fonte, si è riusciti a trasformare il parcellizzato sistema delle imposte, in una macchina che dà soldi allo Stato e li dà, grazie alla figura dell'impresa-sostituto, con certezza e basso costo della riscossione, allora occorre avviare una procedura similiare che assicuri informazioni tali sui flussi di merci e di servizi da irretire ogni possibile fantasia evasiva.

Del resto non si può pensare che una platea così vasta di contribuenti sia gestita per la sola strada dei soliti e modesti accertamenti contabili. Un sistema di massa esige controlli di massa. Lo dimostrano i buoni risultati delle liste selettive, ma non è sufficiente.

Verifiche ed ispezioni

Ci vuole dell'altro. Ci vuole qualcosa che non lasci dubbi sul fatto che ogni transazione sia nota al fisco e prima o poi verrà registrata come atto imponibile, anche se non ha scontato imposte. Allora sì che gli uffici potranno fare indagini, verifiche e ispezioni. Ma saranno operazioni «a colpo sicuro», basate sugli scarti rispetto alle medie di settore. Insomma presupporranno l'analisi economica e ne faranno strumento di indagine. Nel contempo si potrà assegnare ai Centri di servizio tutta quella fase preliminare, che oggi è in mano agli uffici delle imposte, sui miniaccertamenti che è elaborazione spicciola e non abbisogna di particolari lungaggini, se procedurata tramite computer.

Questa revisione della macchina fiscale avrà altresì il pregio di liberare risorse umane e mezzi per operazioni meglio coordinate anche in funzione della nuova legislazione sui testi unici, iniziatasi con il recente Dpr 917/86.

Questo testo porta già in sé elementi di svecchiamento. Reca una filosofia nuova di far politica fiscale e si orienta verso il mondo della produzione che sempre più è mondo incorporeo, immateriale e quindi terziario.

Basti pensare che sono cadute le plus-valenze accantonabili e si è posto fine all'ammortamento anticipato in chiave industrialistica. Ma niente si è fatto per acquisire uno strumento flessibile, a sostegno dell'autofinanziamento, come la detassazione degli utili reinvestiti. C'è comunque un appuntamento da rispettare nell'immediato futuro.

Si tratta cioè di svecchiare la struttura amministrativa, con questa appena avviata, di potenziare on-line l'Anagrafe fiscale e di inventare un modo razionale e poco costo di «sostituzione» che individui i «fasonisti» del sommerso, nonché di scambiare il peso di una contabilità, forse onerosa per chi è piccolo imprenditore, con il giusto diritto ad accertare il reddito, mediante l'istituzione permanente di sistemi forfettari al di sotto dei 100-120 milioni di fatturato.

Che la soglia sia ragionevole e incroci lo stesso interesse degli operatori commerciali degli artigiani e dei professionisti lo si può desumere dal fatto che la Visentini-ter, su dati Iva, trova addensati sotto i 120 milioni di volume d'affari circa il 73% degli imprenditori individuali per 2.500.000 di soggetti interessati.

Noi crediamo nel valore partecipativo di queste proposte e, proprio perché neutrali rispetto ad interessi «di parte» (gli associati Confapi sono per la quasi totalità in contabilità ordinaria), ci sentiamo di formularla nell'interesse di tutti. Più che mai degli imprenditori ufficiali, autenticamente piccoli.

** consulente economico della Confapi*

Lo stillicidio delle dichiarazioni

GIROLAMO IELO

ROMA. Ogni anno nel corso della stagione delle dichiarazioni annuali per i diversi tributi si pongono i soliti e gravosi problemi per le aziende. Uno stillicidio continuo di dichiarazioni che mettono a dura prova le strutture aziendali. Si inizia col 5 marzo con la dichiarazione dell'Iva, si prosegue entro il 30 aprile con quella del sostituto d'imposta e si conclude nel mese di maggio con quelle sui redditi.

La prima domanda che si pone l'operatore è relativa alla necessità di tantissime dichiarazioni. Ma c'è proprio bisogno di tutte queste dichiarazioni? Infatti, la cosa più incredibile è rappresentata dal fatto che in tutte queste dichiarazioni si manipolano gli stessi valori e i medesimi dati: agli *effetti della determinazione* del debito o credito Iva; agli effetti della determinazione del reddito o della perdita d'esercizio in forza della schematizzazione dei costi e dei ricavi; agli effetti delle ritenute operate sugli emolumenti corrisposti. Naturalmente se in una dichiarazione si inseriscono i dati in un modo che può andare bene per un'altra dichiarazione scattano le sanzioni, che in taluni casi possono essere penali. Inoltre, con tante dichiarazioni da presentare si corre il rischio di dimenticarne qualcuna. Gli errori aumentano con l'aumentare delle dichiarazioni da compilare.

Naturalmente tutti si domanderanno per quale motivo non si presenta una dichiarazione unica cumulativa con diversi intercalari per le diverse imposte e situazioni reddituali. Sono i soliti misteri che avvolgono il sistema tributario. Tante dichiarazioni, tante scadenze. C'è una vera e propria anarchia. Il modello 11 dell'Iva va presentato entro il 5 marzo. Il modello 770 entro il 30 aprile. Il 760 ha due scadenze: entro quattro mesi dalla fine del periodo d'imposta o entro 30 giorni dalla data di approvazione del bilancio. I modelli 750 e 740 devono essere presentati entro il 31 maggio. Ma le cose non stanno sempre così: ci sono proroghe per i terremotati, gli alluvionati, gli enti locali, le unità sanitarie locali, ecc.; ci sono proroghe di dubbia certezza (i 770 per gli enti locali); ci sono proroghe per alcuni e non per altri (quando il termine ultimo è di sabato); ci sono modelli prodromici (modelli 750) che debbono essere presentati entro lo stesso termine dei modelli conseguenziali (*modelli 740*); *ci sono allegati* inutili (elenchi delle dichiarazioni Iva).

Naturalmente in caso di ritardo, oltre agli interessi, scattano le sanzioni amministrative e, in taluni casi, anche quelle penali. Per quattro mesi le contabilità delle aziende vengono messe a soqquadro. Le aziende anziché produrre beni o servizi si devono dilettare a confezionare carta che verrà letta in modo distratto (si vedano al riguardo le centinaia di migliaia di iscrizioni a ruolo che vengono sgravate ad ogni emissione). Ma per le aziende tutto ciò vuol dire costi. Le spese aziendali e di consulenza aumentano a mano a mano che aumentano le dichiarazioni e gli allegati.

Ci dicono che c'è la solita commissione che sta studiando la cosa. Forse, ma siamo molto dubbiosi, la prossima stagione delle dichiarazioni sarà più breve di questa. Staremo a vedere.

Quando, cosa, dove

OGGI. Si inaugura la cinquantaduesima mostra mercato internazionale dell'artigianato. Vi partecipano rappresentanti di 44 nazioni e 14 regioni italiane. Firenze – Fortezza da Basso – dal 23 aprile al 1° maggio.

● Su iniziativa della Regione Emilia Romagna in collaborazione con la Provincia e il Comune di Modena si tiene il convegno dedicato a «La protezione civile nelle aree ad alto livello produttivo». Modena - Camera di commercio.

● Nell'ambito del programma Euro Japan il cui scopo è quello di ottenere una maggiore sensibilizzazione sulle possibilità di interscambio economico tra Europa e Giappone, si tiene una conferenza su «Il ruolo del Giappone nell'era dell'economia globale». I lavori saranno aperti dal rettore dell'Università Bocconi Luigi Guatri. Milano - Università Bocconi.

MARTEDÌ 26. L'Unione degli industriali di Roma e Provincia, nella propria sede di Pomezia in via Roma 54, alle ore 14.30, organizza un incontro studio su «Rapporti Impresa - Usl in materia di sicurezza ed igiene del lavoro».

GIOVEDÌ 28. L'Unione degli industriali di Roma e Provincia, nella propria sede in via Saverio Mercadante 18, alle ore 15.30, organizza un incontro sulle modalità di utilizzo dei finanziamenti accessibili mediante la Banca Europea per gli investimenti. Relatori: Bruno Lago, Dipartimento Italia della Banca Europea per gli investimenti e Paolo Alberto De Angelis, Medio Credito Regionale del Lazio.

● L'Unione degli industriali di Roma e Provincia, organizza in via Saverio Mercadante 18, alle ore 16.30, un seminario dal titolo: «L'assicurazione dei Crediti esteri». Relatori: Franco Tecchio, direttore generale della Società italiana assicurazione crediti; Alessandro De Raffaele, responsabile servizio studi e relazioni esterne della Siac; Gianfranco Salta, responsabile del servizio gestioni della Siac.

A cura di ROSSELLA FUNGHI

Intelligenza artificiale firmata «De Vito»

MASSIMO TOGNONI

ROMA. Noos in greco antico, sostantivo maschile usato per indicare la mente, l'intelligenza. A più di duemila anni di distanza il termine è stato ripreso da tre giovani di Napoli, chissà se per scelta deliberata di unire la funzionalità semantica ad un ricordo della cultura classica, come nome per la loro società operante nel campo dell'intelligenza artificiale. La Noos snc (società a nome collettivo), che ha ottenuto le agevolazioni previste dalla legge «De Vito», nella misura di 277 milioni di investimenti, e che prevede, nel corso dei tre anni coperti dal contributi della legge, di impiegare altri due addetti, è per adesso composta da tre soci: Alberto Genovese e Francesco Mele, laureati in fisica, e Francesco Abruzzese, laureato in ingegneria elettronica.

La società rientra senza dubbio a pieno titolo in alcune delle priorità che la De Vito stabilisce per l'ammissione alle agevolazioni; per la precisione, quelle relative a progetti connessi all'introduzione di nuove tecnologie con riferimento, ad esempio, a servizi di informatica alle imprese. L'attività della Noos consiste, infatti, nella fornitura di prodotti e di servizi avanzati, così sintetizzabili realizzazione di sistemi esperti ed altre applicazioni di intelligenza artificiale; pianificazione e gestione di progetti, ricerca e sviluppo di sistemi, prodotti software di intelligenza artificiale. Viene naturale chiedersi se una serie di servizi così sofisticati possa trovare un mercato favorevole, specialmente in una regione, come la Campania, dove è lecito ipotizzare che non esista un «ambiente» imprenditoriale tale da implicare una diffusa cultura dell'innovazione tecnologica.

«Certo – afferma Alberto Genovese – questo è un problema reale. Ma ci sono ormai i segnali di una nuova sensibilità alle tecnologie informatiche. Per quanto ci riguarda, abbiamo in corso dei contatti, ormai in stadio molto avanzato, per la fornitura di prodotti software di intelligenza artificiale ad un consorzio tra due grandi gruppi industriali e ad un ente parastatale». I tre neoimprenditori appaiono, insomma, abbastanza ottimisti sui possibili sviluppi della loro attività. E sembrano anche soddisfatti dei contatti tenuti con il comitato preposto dalla legge De Vito all'esame dei progetti di impresa e all'ammissione dei presentatori alle agevolazioni. Ma non manca anche un elemento negativo.

Le agevolazioni finanziarie concesse dalla legge 44 consistono, principalmente, in contributi in conto capitale e contributi per spese di gestione (questi ultimi distribuiti nell'arco di tre anni con percentuali progressivamente decrescenti sull'importo globale delle spese). Non sono invece previste anticipazioni sui costi di investimento, che costituiscono un elemento di rilievo nella fase di avviamento di una nuova attività imprenditoriale, e per i quali sarebbe auspicabile una disponibilità ad intervenire da parte del sistema bancario. «Purtroppo – dice ancora Genovese – abbiamo riscontrato una scarsissima disponibilità delle banche a questo problema. E ciò impedisce, specialmente a noi che lavoriamo su progetti la cui durata è di pochi mesi, di avere un maggior respiro finanziario a sostegno dello sviluppo dell'attività».

Risale la china il prodotto d'arredamento

Il rilancio dei prodotti d'arredamento per il recupero di una domanda interna, che è scesa del 25% nei primi 5 anni 80, ha momenti di verifica nelle fiere specializzate. I produttori hanno già ricevuto segnali tranquillizzanti, ma le incertezze resisteranno fino al termine delle manifestazioni di primavera in cui spiccano il Salone del mobile di Padova e quello di Udine.

ALFREDO POZZI

PADOVA. 500 espositori al primo e 180 alla fiera friulana, ma l'importanza delle due rassegne deriva non tanto dalle dimensioni quanto dalle loro caratteristiche e dal peso che le due regioni di frontiera hanno nel comparto del legno.

La graduatoria regionale dell'industria del mobile, per quanto riguarda l'occupazione, emersa dal censimento '81, segnala infatti il Veneto al secondo posto con 41.683 addetti, dopo la Lombardia (46.688 addetti), e il Friuli-V.G. al terzo con 20.400 addetti. Il Friuli-V.G. è la regione più industrializzata dell'Italia mobiliera col 33% di industria (da 10 a 499 addetti) e una media di 15 addetti per azienda, seguito dalle Marche (26% e 9,8 addetti per azienda) e dal Veneto (16% e 7 addetti). La Lombardia sorprendentemente guida la graduatoria dell'artigianato con l'89,2% di laboratori (da 1 a 10 addetti) sul totale delle attività produttive (9.324). Nel decennio precedente le due regioni di frontiera registrarono il più ampio sviluppo con una crescita di 16mila addetti e di 2.215 unità produttive.

Si spiegano così l'importanza e certi aspetti qualificanti dei saloni di Padova e di Udine. Quest'anno, al 14° Triveneto (17-21 marzo), è stato posto l'accento sul rapporto tra la produzione mobiliera e il design aggiungendo alla terza edizione del «Triveneto design» – una mostra collaterale – una rassegna completa di progetti e mobili di Oscar Niemeyer, forse la prima «personale» al mondo dedicata agli arredamenti del grande architetto creatore di Brasilia.

Da Niemeyer ai padiglioni fieristici lo scenario mutava, ovviamente, ma anche qui era possibile rintracciare un discorso meditato, i segni di un programma di cultura professionale che i dirigenti del Salone avevano saputo sviluppare nell'ultimo decennio attorno a 4 temi: il miniappartamento, la trasparenza del prodotto, il kit (mobili in scatola) e il design. Quattro temi, tutti rispondenti alle esigenze di uno sviluppo industriale, che infine è stato confermato dalle statistiche e dal successo di pubblico (50mila visitatori) e d'affari dell'ultimo Salone.

Però è il caso di precisare che il design del mobilierato veneto e friulano non è quello cosmopolita, eclettico e sofisticato, sempre dominato dall'ansia di essere «à la page», che, per intenderci, si vede a Milano e sulle riviste d'arredamento: è un design cauto, attento alle dimensioni degli spazi abitativi, alla logica industriale, a tutte le fasce di reddito. Forse sono più spregiudicati i dirigenti del Salone internazionale della sedia di Udine, che quest'anno si aprirà dal 30 aprile al 3 maggio, ma non per capriccio, e nemmeno per bizzarre interpretazioni di esigenze produttive e commerciali. la differenza sta nelle caratteristiche del prodotto e della produzione.

Per difendersi dai mutamenti tecnologici e dall'internazionalizzazione dei mercati, i seggiolai friulani, che rappresentano il 70% della produzione nazionale (hanno un potenziale produttivo di 60mila sedie al giorno), avevano una sola strada da percorrere, quella della qualificazione diversificata del prodotto, della creazione di un'immagine propna da imporre, anche con adeguate campagne promozionali, sui mercati internazionali. Un'opera complessa, che esigeva una crescita della cultura professionale, una più ampia e ragionata collaborazione coi progettisti e un apparato capace di far sentire la presenza del «made in Friuli» in Europa e in altri continenti. Però, era pure necessaria una certa unità della categoria, perché i nuovi impegni non potevano essere affrontati da singole aziende. Nasceva così, nel 1977, il Salone della sedia, non solo come vetrina promozionale e momento di scambi commerciali e di iniziative culturali, ma anche come centro unificante della categoria.

Infine, nei primi anni 80 sorgeva «Promosedia», una società a capitale misto, presieduta da Gianni Bravo, presidente della Camera di commercio (ha l'adesione di 63 aziende), che oggi, mentre dirige il Salone, programma una serie di altre iniziative, compresa una ricerca a tappeto sulle aziende consociate presentata recentemente alla stampa. È perfino inutile precisare che i friulani così sono riusciti a estendere notevolmente sia la collaborazione coi designer italiani, sia la loro presenza sui mercati europei, negli Usa, in Australia, Giappone, Canada Per il 12° Salone, dove saranno presentati 6 nuovi prototipi di Agnoli, Nava, Salvati e Tresoldi, De Pas, D'Urbino, Lomazzi, Asti, Marenco, non solo c'è già il «tutto esaurito», ma non mancano i segnali di un nuovo successo che riconfermerà il ricupero delle quote di mercato perse nei primi anni 80 dal settore mobiliero.