

## ECONOMIA

# A 90 metri d'altezza per difendere il posto

- **Protesta degli operai Italcementi di Vibo Marina**
- **Fassina: la vertenza sul tavolo del governo**

LAURA MATTEUCCI  
lmatteucci@unita.it

Stanno lassù e non intendono scendere, perché la lezione che per farsi sentire bisogna azzardare qualche gesto eclatante è ormai assimilata. Sono barricati sulla parte più alta della fabbrica, a 90 metri di altezza, ormai da 18 giorni, mentre a terra si stanno organizzando altre forme di protesta, a partire da un presidio davanti alla sede della Regione Calabria. Sono 13 lavoratori del sito Italcementi di Vibo Marina (Vibo Valentia), in tutto 82 più almeno 400 che ruotano nell'indotto, che, se non dovesse cambiare nulla nelle condizioni di mercato o negli investimenti, tra poco più di un anno - a settembre 2014 - verranno lasciati a casa. E non sono i soli. Stessa sorte toccherebbe ai dipendenti Italcementi di Porto Empedocle, vicino ad Agrigento (un'altra ottantina), mentre anche gli altri siti corrono rischi.

### L'AZIENDA

È la stessa azienda, quinto produttore mondiale di cemento con 18 siti produttivi in Italia che prima della crisi impiegavano oltre 3mila persone ora ridotte a 2.500, a spiegare la situazione in poche righe: «La chiusura dell'impianto di Vibo Marina non dipende da spostamenti della produzione in altre regioni o altri Paesi, ma dalle condizioni del mercato del cemento in Italia che registrano un volume di vendite più che dimezzato rispetto a sette anni fa». La crisi del cemento è legata a quella, pesantissima, dell'edilizia, come spiega Mauro Livi, segretario nazionale Fillea Cgil, che sta seguendo la vertenza: «Nel 2008 si producevano 47 milioni di tonnellate di cemento. Nel 2012 i milioni sono diventati 23, e per quest'anno arriveranno a 19. Finora abbiamo gestito la crisi con accordi che hanno limitato l'impatto sull'occupazione, ma ormai i margini si vanno riducendo. Senza investimenti pubblici il settore non riuscirà a risollevarsi». I sindacati infatti, oltre ad avere un confronto aperto con l'azienda, chiedono il coinvolgimento delle istituzioni. Anche per un'eventuale riconversione produttiva.

Il viceministro all'Economia Stefano Fassina, l'altro giorno in visita allo stabilimento calabrese, la pensa allo stesso modo: «L'emergenza lavoro in Calabria va vista in un'ottica di livello nazionale - ha

detto - Il governo sta seguendo l'intera questione lavoro sia per cercare di reperire risorse per gli ammortizzatori sociali, sia per promuovere e favorire la ripresa specialmente nel settore legato alle ristrutturazioni edilizie». La produzione non tornerà ai livelli pre-crisi, riposizionarsi senza perdere in occupazione è d'obbligo. «Dopo un crollo senza precedenti che ha riportato il mercato italiano del cemento ai livelli degli anni Sessanta - dice la nota di Italcementi - le vendite nel nostro Paese stanno registrando nel primo semestre 2013 un'ennesima consi-

stente diminuzione. I dati del ministero dello Sviluppo parlano di una ulteriore caduta del 18,2% tra gennaio e aprile 2013 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, che già aveva registrato un drastico calo dei volumi». «L'andamento del mercato del cemento, del resto - si legge ancora - rispecchia il momento difficilissimo del comparto delle costruzioni. I dati diffusi in settimana dall'Ance parlano infatti di 690mila posti di lavoro persi negli ultimi cinque anni a causa della crisi del settore». E per far fronte a questa situazione e garantire la tenuta dell'azienda che Italcementi ha varato un piano che prevede la razionalizzazione della rete produttiva, con la chiusura di alcuni impianti e la ristrutturazione di altri.



Presidio dei lavoratori dell'Italcementi di Vibo Marina



## Industria in crisi: pesano energia e fisco

- **Bankitalia: in Italia una debolezza diffusa**
- **Competitività: il costo del lavoro non è il freno maggiore**

GIULIA PILLA  
ROMA

Stretto tra globalizzazione e crisi il sistema industriale italiano fa i conti con una «debolezza diffusa». Un focus sui principali fattori che incidono sulla sua competitività viene da Bankitalia. Un ampio *occasional paper* parte dalla constatazione che in tutti i comparti industriali i livelli produttivi sono inferiori a quelli pre-crisi con l'eccezione dei settori farmaceutico e alimentare. Una così generalizzata perdita di produzione ha assunto - affermano gli analisti di Palazzo Koch - «dimensioni preoccupanti».

Premesso che nel perdere competitività sui mercati globali la nostra industria sconta una certa incapacità ad adattarsi ai grandi cambiamenti degli ultimi venti anni, va anche detto che ci sono fattori oggettivi con cui il sistema produttivo si scontra. Il costo del lavoro, ad esempio che però incide sulla perdita di competitività meno di quello dell'energia. «Se valutato al netto della tassazione - spiega lo studio - non risulta un fattore di freno primario per la competitività», mentre «i costi dell'energia e una pressione fiscale molto elevata sull'economia regolare rendono più difficile alle imprese competere».

Qualche dato: il costo del lavoro rappresenta circa il 17% del fatturato dell'industria e oltre un terzo è assorbito dagli oneri sociali. «Per un lavoratore dipendente medio, celibe, senza carichi familiari, impiegato nel settore industriale, la retribuzione netta rappresentava nel 2011 poco più del 52% del costo complessivo per l'azienda (quasi 58%)». La percentuale risulta più bassa soltanto in Belgio, Germania, Francia e Austria. «Tuttavia - continua Bankitalia - in presenza di un più elevato costo del lavoro in questi ultimi Paesi (rispettivamente, di oltre il 30% in Germania e Belgio e di oltre il 20% in Austria e Francia), la retribuzione netta del lavoratore medio era in Italia inferiore di circa il 15% rispetto al Belgio e alla Francia, di circa il 20% rispetto all'Austria e di poco più del 30% rispetto alla Germania».

Quanto all'energia, i prezzi sostenuti dalle aziende italiane per gli acquisti sono invece superiori di circa il 30% a quelli delle loro concorrenti europee. Quelli del gas naturale sono sostanzialmente in linea con la media Ue. La competitività del sistema-Italia ha risentito moltissimo dell'aumento del prezzo all'importazione del petrolio che tra il 2002 e il 2012 è praticamente triplicato. A parte il Brent, pesano fattori interni: a cominciare dalla pressione del fisco sull'energia superiore del 44% alla media dell'Ue e secondo solo a quello di Danimarca e Lussemburgo. Ci sono poi le liberalizzazioni non completate del mercato dell'energia e del gas «che consentono ad alcuni operatori dominanti di mantenere un'influenza elevata sulla formazione dei prezzi».

## Capitali coraggiosi Le nuove pagine gialle si chiamano Seo

FRANCO ERNESTO

● **MENTRE SEAT PAGINE GIALLE È AL CAPOLINEA (LA RICHIESTA DI CONCORDATO PREVENTIVO È DELLO SCORSO 10 LUGLIO)** si afferma un settore di business che ne sta prendendo il posto. Il settore si chiama Seo, acronimo che sta per Search engine optimization, ovvero (letteralmente) ottimizzazione dei motori di ricerca. Al Seo vengono anche affiancati il Sem (search engine marketing) e altre svariate attività che ormai, genericamente, vengono tutte ricordate con il cappello di Seo.

In tutto il mondo, il settore delle directory (pagine gialle) muore, perché ormai la gente quando ha bisogno di un idraulico, di una pizzeria o di un albergo va a cercarli su Internet. Diventa allora fondamentale farsi vedere nella prima paginetta di Google, sulle mappe di Google maps che indicano anche gli

esercizi commerciali, tra le recensioni di tripadvisor e, in generale, in tutti gli spazi dedicati al settore di appartenenza. Ecco allora che arriva il Seo con tutte le sue attività collegate. Rispetto alle directory, che vivono di banale pubblicità, il Seo riesce a rendere visibili le aziende clienti a seconda della qualità dei suoi contenuti. Una delle definizioni più corrette di Seo, che qui prendiamo a prestito, è stata data da Riccardo Perini, esperto del settore, considerato fra quelli in ascesa. «La Seo», spiega Perini, «è l'insieme delle tecniche e strategie che permettono a un sito web di essere trovato dagli utenti sui motori di ricerca (tra i risultati non a pagamento) nel momento zero della verità, cioè proprio nel momento in cui stanno cercando informazioni su determinati contenuti, prodotti o servizi. La Seo comprende tutte quelle attività (sia strategiche che operative) che permettono ai contenuti di un sito web di essere trovati da parte di utenti

interessati a quella tipologia di contenuto». Alle piccole e medie imprese, il Seo offre straordinarie opportunità di crescita. Lo afferma Fattore Internet - Come Internet sta trasformando l'economia italiana, uno studio di Boston Consulting Group. Ne emerge come le Pmi che usano Internet attivamente crescono più in fretta, raggiungono una clientela più internazionale, assumono più persone e sono più produttive rispetto alle aziende non attive sul web. In particolare, le Pmi online-attive hanno registrato una crescita media dei ricavi negli ultimi tre anni dell'1,2%, rispetto a un calo del 2,4% di quelle online (cioè dotate esclusivamente di sito web) e del 4,5% di quelle offline (senza nemmeno un sito web).

Il nuovo settore Seo sta creando una generazione di operatori specializzati, che sono in forte crescita. Il più noto si chiama Primi Sui Motori, ha un giro d'affari di circa 11 milioni di euro, è quotata all'Aim (il

mercato delle pmi di Borsa Italiana) e in questi giorni fa notizia per l'aumento di capitale che ha appena portato a termine e per le due acquisizioni che annuncerà oggi. Le due operazioni permetteranno alla società di essere presente anche nei settori delle medie e grandi imprese. Primi Sui Motori, che ha sede a Modena, è specializzata nelle pmi. «La maggior parte delle piccole e medie imprese italiane deve ancora cominciare una attività online significativa», dice Alessandro Reggiani, amministratore delegato e fondatore della società, che è nata nel 1998, lo stesso anno di Google, «Basti pensare che in Italia ci sono un milione di partite Iva, che rappresentano un interessante mercato potenziale, attualmente non presidiato dalle concessionarie di pubblicità tradizionali. E poi ci sono le srl, che sono diverse centinaia di migliaia. Peraltro, il budget per una significativa presenza e attività online

è abbastanza contenuto, e inferiore a quello di qualunque campagna pubblicitaria. Il minimo è di tremila euro all'anno». La principale concorrente di Primi Sui Motori si chiama Seolab (che però è maggiormente focalizzata sulle grandi aziende, con clienti del calibro di Benetton) ha sede a Torino, ha un giro d'affari di circa quattro milioni di euro. Seolab, che è stata fondata dal fondo DPixel di Gianluca Dettori (il più brillante allievo di Elserio Piol) è stata appena comprata da Alkemy, una società di informatica che si prepara anch'essa a sbarcare sull'Aim. Altri due importanti operatori specializzati sono Web Ranking e Studio Cappello. Significative attività di Seo e Sem sono condotte anche dalla Banzai di Paolo Aino e dalla Fullsix di Marco Benatti, che però sono attiva nella pubblicità via web e nel web marketing a 360 gradi. Nel settore è anche entrata Seat. Troppo tardi, purtroppo.