



Antonio Lombardi

L'intervista. Le proposte per fare ripartire la filiera delle costruzioni

“L'edilizia green? Risorsa sottovalutata dai Comuni”

Lombardi: “Un piano per la riqualificazione dei centri urbani”

La proposta: “Prevedere premialità volumetriche per le imprese”

“Per fare ripartire il settore delle costruzioni non c'è altra possibilità che insistere sulla riqualificazione del patrimonio edilizio esistente. Lo strumento che può certamente attrarre investimenti privati è quello della moneta urbanistica. Prevedere, cioè, premialità volumetriche per le imprese che decidono di intervenire, per esempio, abbattendo e ricostruendo edifici rendendoli efficienti ed innovativi dal punto di vista energetico oppure ristrutturandoli con materiali eco-compatibili”. Il presidente dei costruttori salernitani **Antonio Lombardi** sintetizza a salernoconomy.it il pacchetto di



proposte che l'Ance si prepara a sottoporre ai sindaci dell'intera provincia con l'obiettivo di provare a rimettere in moto la filiera edile che

segna drammaticamente il passo. **Presidente Lombardi, la logica del “Piano Casa” regionale potrebbe, quindi, tornare utile anche nei centri urbani?**

“Guardi, siamo in un momento molto negativo del mercato dell'edilizia e, quindi, occorre mettere in campo tutte le iniziative che possono rendere disponibili capitali privati e possibilmente pubblici”. **A che cosa pensa esattamente quando parla di “moneta urbanistica”?**

“Non è un concetto del tutto nuovo perché in altre regioni d'Italia è presente da tempo con ottimi risultati.

Basta citare un importante complesso immobiliare realizzato nella city di Milano dove si è proceduto alla riqualificazione di una grande area dismessa ed è stato realizzato un complesso residenziale e polifunzionale interamente “green”: materiali a basso impatto ambientale, energia da fonti alternative, verde attrezzato ed architettura di qualità. Naturalmente, è il progetto esemplare e paradigmatico per eccellenza, ma anche qui da noi è possibile lavorare con standard così elevati. Basta stabilire regole certe e crederci fino in fondo”.

[L'intervista completa di Mario Gallo a pag.2](#)

Inserto Speciale *Green Style*

All'Eco Bistrot tra piatti light si “educa” a rispettare l'ambiente



Visitando Salerno, siamo solitamente abituati ad individuare realtà interessanti muovendoci perlopiù per il centro cittadino.

Alcune volte, capita, invece, di imbatcersi in un'idea innovativa spingendosi appena un po' più in là del percorso abitudinario e ci si rende conto di quanto faccia bene, in alcuni casi, “sconfinare”.

Nel quartiere Pastena per iniziativa di due giovani ambientalisti - Gianluca De Martino e Marco Petrosino - sul Lungomare Colombo al numero 23, è nato “Eco Bistrot”, inaugurato appena il 21 aprile scorso. Entrambi con un percorso in “Legambiente” e “Rete dei Giovani per Salerno”...

continua a pag. 5

A cura di Maria Carla Ciancio



Segui Greenstyle Progetto anche su Facebook

Approfondimenti

Tra nuove “resilienze” e vecchi localismi



di Ernesto Pappalardo

Le parole chiave sono “resilienza” e “sussidiarietà orizzontale”. Si tratta di due concetti che da qui ai prossimi anni acquisteranno sempre più valore sostanziale per quanti saranno chiamati ad esprimere una “visione” dei percorsi di crescita socio-economici dei territori. La resilienza è la capacità di un materiale di resistere agli urti senza spezzarsi. In psicologia la resilienza si configura come l'attitudine ad affrontare le avversità della vita provando a superarle....

[L'articolo completo a pagina 4](#)

Le proposte per provare a rimettere in moto la filiera delle costruzioni



“L'edilizia green? Risorsa sottovalutata dai Comuni”

Lombardi (Ance): “Subito un piano di riqualificazione dei centri urbani”
La proposta: “Premialità volumetriche per le imprese che investono”

“Per fare ripartire il settore delle costruzioni non c'è altra possibilità che insistere sulla riqualificazione del patrimonio edilizio esistente. Lo strumento che può certamente attrarre investimenti privati è quello della moneta urbanistica. Prevedere, cioè, premialità volumetriche per le imprese che decidono di intervenire, per esempio, abbattendo e ricostruendo edifici rendendoli efficienti ed innovativi dal punto di vista energetico oppure ristrutturandoli con materiali eco-compatibili”. Il presidente dei costruttori salernitani **Antonio Lombardi** sintetizza a salernoconomy.it il pacchetto di proposte che l'Ance si prepara a sottoporre ai sindaci dell'intera provincia con l'obiettivo di provare a rimettere in moto la filiera edile che segna drammaticamente il passo.

Presidente Lombardi, la logica del “Piano Casa” regionale potrebbe, quindi, tornare utile anche nei centri urbani?

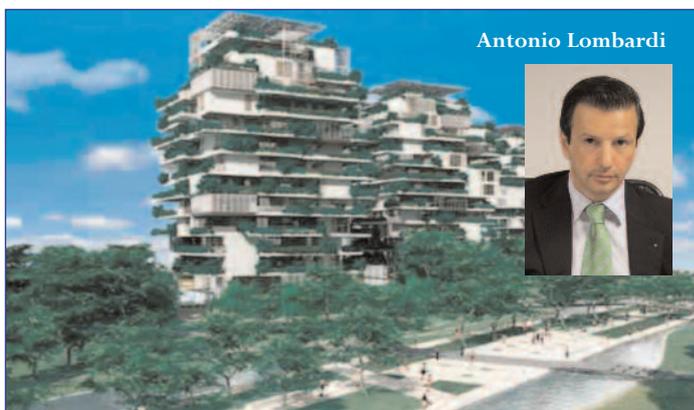
“Guardi, siamo in un momento molto negativo del mercato dell'edilizia e, quindi, occorre mettere in campo tutte le iniziative che possono rendere disponibili capitali privati e possibilmente pubblici”.

A che cosa pensa esattamente quando parla di “moneta urbanistica”?

“Non è un concetto del tutto nuovo perché in altre regioni d'Italia è presente da tempo con ottimi risultati. Basta citare un importante complesso immobiliare realizzato nella city di Milano dove si è proceduto alla riqualificazione di una grande area dismessa ed è stato realizzato un complesso residenziale e polifunzionale interamente “green”: materiali a basso impatto ambientale, energia da fonti alternative, verde attrezzato ed architettura di qualità. Naturalmente, è il progetto esemplare e paradigmatico per eccellenza, ma anche qui da noi è possibile lavorare con standard così elevati. Basta stabilire regole certe e crederci fino in fondo”.

Che cosa intende dire?

“Per rispettare l'ambiente occorrono regole e stru-



Antonio Lombardi

menti urbanistici rigorosi e dettagliati. Nella nostra provincia, invece, su 158 Comuni solo sette hanno approvato il Piano Urbanistico Comunale ed in altri ventisette la procedura è in itinere. Un po' poco per parlare di un quadro normativo di riferimento effettivamente in grado di incidere sullo sviluppo reale dei territori”.

E lei che cosa propone concretamente?

“Prima di tutto stabiliamo con certezza quale idea di assetto urbanistico abbiamo in mente: senza una visione chiara e certa è molto più facile ritrovarsi davanti mostruosità o, più banalmente, una serie di abusi che messi insieme distruggono intere città o piccoli borghi da tutelare. E nel contesto delle regole proviamo ad avviare un grande piano su base provinciale di riqualificazione del patrimonio edilizio pubblico e privato. Il meccanismo è quello della premialità volumetrica per le imprese e dell'implementazione degli interventi di rilevanza pubblica per i Comuni”.

Può entrare nel dettaglio?

“E' noto che i Comuni hanno pochi soldi in cassa. Prevedendo per le imprese aumenti di volumetria o cambi di destinazione d'uso di immobili che andranno ristrutturati con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale nelle sue varie sfaccettature, gli Enti Locali potrebbero ottenere in cambio non solo flussi finanziari in entrata, ma anche la rea-

lizzazione di opere di rilevanza pubblica: aree a verde attrezzato come parchi o giardini pubblici, urbanizzazione e servizi nel sottosuolo. Potrebbero nascere veri e propri “eco-quartieri”. Insomma, proviamo ad applicare nelle città una logica compensativa che contempla l'interesse legittimo delle imprese e l'esigenza dei Comuni di migliorare la qualità della vita e della struttura urbana nel suo complesso”.

Non si corre il rischio di interventi speculativi?

“E' per questo motivo che la scrittura delle regole deve essere chiara e cristallina. Ma se i Comuni non approvano i Piani Urbanistici, la responsabilità non è certo attribuibile alle imprese. Anzi, in questo modo si danneggiano proprio le aziende sane, con le carte in regola per presentare e sostenere progettualità come quelle di cui stiamo parlando. Siamo di fronte ad una macchina burocratica ed amministrativa che di fatto ha paralizzato la nostra economia”.

Come se ne esce?

“Non esiste una ricetta, ovviamente. Quello che manca è una cultura dell'Amministrazione Pubblica che ragiona per obiettivi in base ad una tempistica certa. Esiste sicuramente un problema di competenze all'interno dell'apparato pubblico, oltre ad una mancanza di dialogo tra i vari livelli istituzionali. Troppe ingerenze politiche e personalismi eccessivi: i risultati sono sotto gli occhi di tutti. Vogliamo parlare dei fondi europei non spesi?”.

Parliamone.

“Si fa molto spesso riferimento alle smart-cities, solo per fare un esempio coerente con il discorso della riqualificazione dei centri urbani: in questo caso in Campania si potrebbero attivare risorse per circa 250 milioni di euro. Ma al momento non accade assolutamente nulla di rilevante. E' in questo modo che siamo arrivati ai livelli di disoccupazione che conosciamo e ad una nuova forma di intollerabile emigrazione intellettuale”.

Mario Gallo



Analisi Tecnocasa. Parametri più rigidi per i finanziamenti alle famiglie

Mutui dimezzati nel 2012 Calo in Campania del 40%



*Nel Mezzogiorno il "ticket" medio è stato pari a 107.600 euro (- 3,67%)
Rilevata anche la forte diminuzione della domanda di prestiti ipotecari*

Nel 2012 sono stati erogati alle famiglie italiane finanziamenti per l'acquisto della casa per un controvalore di 26.308,41 mln di Euro. Il confronto col 2011 evidenzia un calo dei volumi pari al -46,44% con -22.811,31 mln di Euro erogati in meno.

Forti contrazioni anche in Campania, dove le erogazioni concesse alle famiglie diminuiscono di oltre il 40%. Ad affermarlo è l'Ufficio Studi Tecnocasa, nel presentare i risultati relativi all'analisi del mercato dei mutui in Italia nel quarto trimestre 2012. Il dato annuale dello scorso anno mette in luce anche



Antonio Bracalello
Tecnocasa Area Salerno

un forte calo della domanda di mutui ipotecari da parte delle famiglie che, secondo Crif (Centrale Rischi Finanziari) e il suo sistema informativo Eurisc, è stato di circa il 42%. Tale dato sembra non essere confermato nel corso dei primi mesi del 2013, essendosi contenuto in valori vicini al 10%. Nel quarto trimestre 2012, le famiglie italiane hanno ricevuto finanziamenti per l'acquisto dell'abitazione per 7.466,88 milioni di Euro. Rispetto allo stesso trimestre del 2011 si registra una contrazione delle erogazioni del -32,22% per un controvalore di -3.549,49 mln di Euro, in base al Bollettino Statistico I-2013 pubblicato da Banca d'Italia nel mese di Aprile 2013. Dopo due turni di rilevazioni caratterizzati da un calo

comune in tutte le Macroaree della penisola si rileva, nel quarto trimestre 2012, la crescita dei volumi erogati nella Macroarea Insulare con un incremento del +3,26% con 678 mln di Euro erogati, l'unica con segno positivo. L'area che ha fatto registrare la contrazione minore (-6,41%) è il Nord-Est, che è anche l'area, in questo contesto di mercato, più importante per volumi assoluti.

L'Italia Nord Occidentale in questo quarto trimestre ha registrato un forte calo, -44,90%; forte contrazione anche per Italia Centrale, e Meridionale con cali rispettivamente del -41,15% e -41,81%. Entrando nello specifico regionale, la Campania, nell'ultimo quadrimestre del 2012, ha fatto registrare un forte calo delle erogazioni alle famiglie (-43,64%), confermando la contrazione percentuale evidenziata nel corso dell'intero 2012 (-43,67%). L'incidenza della Campania sul totale delle erogazioni concesse in Italia nel 2012 è stata del 5,28%, ben lontana da quanto espresso da Lombardia (23,04%), Lazio (12,25%) e Veneto (10,61%) che, da sole, hanno rappresentato circa il 46% dell'intero volume delle

erogazioni complessive nazionali. Da notare come l'incidenza dell'intera area meridionale all'interno del complessivo volume di prestiti per l'acquisto di abitazioni a famiglie consumatrici sia stato, nel 2012, pari al 12%, quota superiore alla sola Italia insulare (7%). Relativamente all'importo medio del mutuo, l'analisi dell'Ufficio Studi Tecnocasa ha evidenziato come, nel IV trimestre 2012, si rilevi un calo del ticket medio di mutuo rispetto a quanto registrato nel precedente trimestre. Il dato medio nazionale, pari a € 115.700, è stato inferiore del 4,62% rispetto a quello relativo al III trimestre, per una differenza pari a - € 5.600. Nell'Italia meridionale il ticket medio di mutuo, nell'ultimo trimestre 2012, è stato pari a € 107.600 (-3,67% rispetto al III trimestre 2012). Riguardo alle dinamiche che interessano gli attuali tassi d'interesse, si segnala il nuovo calo della differenza tra la rata dei tassi fisso e variabile, che si attestano ai medesimi valori riscontrabili esattamente un anno fa: stando alle dinamiche dei tassi di fine aprile 2013 e ipotizzando di dover sottoscrivere un nuovo mutuo ipotecario dell'importo di 120.000 Euro per una durata di 20 anni, ad uno spread medio indicativo di mercato pari a 3,20 bps, un mutuo a tasso fisso avrà una rata mensile di 816 Euro, uno a tasso variabile avrà una rata di 690 Euro per un risparmio pari a 126 Euro mensili.

(Fonte: com. st. Tecnocasa, maggio 2013)

E' ufficiale l'accordo Sct-Messina
Traffico container al + 20%

La stretta di mano tra Gallozzi e Messina



E' stato ufficializzato l'accordo tra Salerno Container Terminal SpA (Gruppo Gallozzi) e la società di navigazione Ignazio Messina, fondata a Genova nel 1921. A partire dal prossimo mese di luglio, la Linea accentrerà nel porto di Salerno i propri servizi dal Sud Italia, con navi specializzate ro-ro containers, per i principali paesi del bacino del Mediterraneo, Africa Occidentale ed Orientale, Mar Rosso e Medio Oriente, Sud Africa e sub-Continente Indiano. I circa 150 approdi all'anno, per un traffico containers stimato in 40.000 teus, rappresentano una importantissima acquisizione per la struttura terminalistica del Gruppo Gallozzi e per l'intero scalo salernitano, che vede così ancora più ampliata e diversificata l'offerta di collegamenti verso i mercati internazionali per le aziende industriali e commerciali dell'area centro meridionale. "L'arrivo delle Linee Messina - si legge nella nota diffusa da Sct SpA - consolida e rilancia ancora di più i risultati positivi già registrati nel primo quadrimestre del 2013, con una crescita del 15,5% dei traffici di Salerno Container Terminal. Non è azzardato ora prevedere che il 2013 possa a regime segnare un più 20%-25% rispetto allo scorso anno". (Fonte: com. st. Salerno Container Terminal SpA del 25.05.2013)

Organizzazione di Produttori APOC SALERNO soc.agr.coop a.r.l.



Campagna finanziata con l'aiuto dell'Unione Europea

Ancora gravi ritardi nella progettazione di modelli di sviluppo sostenibili



Tra nuove “resilienze” e vecchi localismi

*La carenza di soggettività politica penalizza fortemente il Mezzogiorno
Una più diffusa sussidiarietà orizzontale potrebbe rafforzare i territori*

di Ernesto Pappalardo

Le parole chiave sono “resilienza” e “sussidiarietà orizzontale”. Si tratta di due concetti che da qui ai prossimi anni acquisteranno sempre più valore sostanziale per quanti saranno chiamati ad esprimere una “visione” dei percorsi di crescita socio-economici dei territori. La resilienza è la capacità di un materiale di resistere agli urti senza spezzarsi. In psicologia la resilienza si configura come l'attitudine ad affrontare le avversità della vita provando a superarle. Anzi, riuscendo – alla fine – ad uscirne più forti o positivamente trasformati. Se si applica questa categoria di pensiero all'analisi dei sistemi urbani e delle aree vaste, è facile incamminarsi sul sentiero della ricerca di nuovi equilibri in base alla corretta valutazione di alcuni fattori determinanti per il cambiamento: pianificazione sovra-comunale di lungo periodo e governance realmente inclusive delle platee di attori istituzionali e sociali. In altre parole: una comunità “resiliente” si dimostra tale quando è in condizione di “allargare” lo sguardo in maniera “intelligente” per affrontare alcune sfide cruciali: convivenza urbana ed innovazione dei suoi processi gestionali; risparmio energetico; mobilità sostenibile; riqualificazione del patrimonio edilizio; valorizzazione delle eccellenze produttive nei vari comparti; eccetera.

La sussidiarietà orizzontale.

L'altro fronte della stessa “battaglia” è senza dubbio la sussidiarietà orizzontale: i cittadini, anche attraverso i corpi intermedi, interagiscono con le istituzioni al fine di individuare gli interventi da effettuare nel proprio territorio. In questa prospettiva gli enti (per esempio i Comuni) che occupano lo stesso livello formale di competenze e di poteri istituzionali possono decidere di consorzarsi in nome di un obiettivo condiviso (patto dei sindaci).



Appare, quindi, evidente che le singole aree territoriali dovranno decidere che cosa fare per affrontare le logiche della competizione globale. Subire i cicli economici oppure provare a pianificare e a progettare modelli di sviluppo in base alle proprie caratteristiche originali (ambientali, produttive eccetera)?

Carenza di soggettività politica.

Su questi temi si è svolto nei giorni scorsi a Pollica – organizzato da Ance Salerno – un workshop che ha preso spunto dall'analisi delle opportunità di finanziamento con fondi Ue per il turismo e la mobilità sostenibile. E' emersa con desolante chiarezza la necessità di superare la carenza di soggettività politica dei territori - come ha sottolineato il professore Pasquale Persico - attraverso l'aggregazione di nuove entità decisionali (sussidiarietà orizzontale) che tentano di dialogare tra di loro e con altri or-

ganismi istituzionali di livello superiore (Ue), costruendo reti lunghe, aperte, accessibili a tutti i soggetti capaci di mettere da parte interessi di campanile e sterili personalismi. E' in questo contesto che la tanto invocata green economy può assumere i connotati di un modello di sviluppo concreto e coerente con la vocazione di una determinata area vasta (il Parco del Cilento, ma anche la

Piana del Sele, solo per fare due esempi pratici).

Modelli di sviluppo.

Perché – altro problema di non poco conto – occorre filtrare bene i modelli di sviluppo da “importare” nelle singole aree territoriali. Non si può pensare – come, pure, accade – di ispirarsi a quanto è stato messo in campo altrove senza tenere conto delle specificità dei luoghi del Salernitano. E' questo il segno di un provincialismo e di una subalternità culturali che hanno prodotto già molti danni, relegando in secondo piano, invece, le vere ricchezze “originali” intorno alle quali fare ruotare le nuove progettualità. Il principio ispiratore valido ed ineludibile? Rendiamo vivibili per i residenti le aree dove immaginiamo di attrarre turisti. Bonifichiamo ambiente e paesaggio attivando posti di lavoro e migliorando la qualità complessiva della vita.

Territori senza appeal.

E' stato scoraggiante ascoltare economisti, esperti di progettualità in ambito Ue ripetere sempre lo stesso refrain: qui al Sud, in Campania, in provincia di Salerno vincono i localismi deteriori che non accolgono le istanze dei territori intesi nella loro valenza di “attrattori” di investimenti pubblici e privati. Ma la fiducia nella “resilienza” delle singole persone e delle comunità del Mezzogiorno non può venire meno. Sarebbe come rinunciare - senza provare ad inseguirlo e conquistarlo - un pezzo di futuro. Quello al quale hanno maggiore diritto le giovani generazioni di meridionali.



A cura di Maria Carla Ciancio

Nella zona di Pastena a Salerno l'iniziativa di due giovani ambientalisti

All'Eco Bistrot tra piatti light si "educa" a rispettare l'ambiente

E anche il panino può diventare un esperimento a chilometro zero



Gli interni dell'Eco Bistrot



CONTINUA DALLA PRIMA

Gianluca e Marco hanno pensato bene di unire le forze e di dare vita ad un progetto nel quale valorizzare i propri interessi. Di qui la scelta del naming: "eco" per la matrice ambientale che si riscontra in ogni angolo del locale; "bistrot" per sottolineare l'ambiente in cui, nel periodo illuminista, artisti ed intellettuali si riunivano per stimolare ed elaborare nuovi pensieri, oltre che per confrontarsi creativamente. "Il nostro obiettivo - ci racconta Gianluca - è stato proprio quello di creare un luogo in cui le persone possano fermarsi a dialogare e pensare ad un modo di vivere più sostenibile ed ecologico, nell'interesse del nostro territorio". La proposta gastronomica è completa, si parte dal servizio per la colazione la del mattino, per passare ai pasti principali ed al momento dell'aperitivo. La location, per come è stata strutturata, aiuta ad inserirsi in una modalità di pensiero "sostenibile". Arredata per lo più in legno, parte della sala vede l'impiego di materiale riutilizzato in chiave creativa. La libreria viene fuori, così, da blocchi di pallet, i rocchetti per avvolgere i cavi elettrici diventano degli originali tavolini ed i segna-prezzo vengono, "naturalmente", ricavati dai tappi di sughero. "Per l'arredo - continua Gianluca - come per la cucina abbiamo puntato esclusivamente su aziende locali. La scelta dei prodotti che proponiamo è unicamente appannaggio di piccole realtà che possono garantirci prodotti sani e di qualità. Il nostro obiettivo principale, d'altro canto, è quello di puntare sulla territorialità. La scelta, dunque, non poteva essere diversa". Con uno sguardo più attento, infatti, riconosciamo marchi e provenienze del territorio campano se non stret-



Marco Petrosino e Gianluca De Martino



Un panino dell'Eco Bistrot

tamente salernitano. Anche alcune conoscenze di Green Style, come il miele de "La Bottega delle Api", utilizzato per preparare degli ottimi biscotti al farro e miele dalla signora Mena, mamma di Gianluca ed addetta alla preparazione di dolci. Per la fornitura del bar sono privilegiati quelli equo-solidali. La cucina proposta dalla madre di Marco, la signora Tina è semplice e tipicamente salernitana, a prezzi modici è possibile mangiare un buon piatto di pasta proprio come quello realizzato a casa. "Un altro obiettivo che ci siamo proposti - dice Gianluca - è indirizzare i nostri clienti verso una sana e corretta alimentazione, guidando le loro scelte su una pietanza sana, evitando frittute o condimenti eccessivi". Altra caratteristica curiosa sono i nomi utilizzati per individuare i piatti, basati, evidentemente, sulla filosofia del "recupero"

ad una riduzione dei rifiuti vicina allo zero, incentivando quella che è la cosiddetta raccolta differenziata "spinta" dove l'"avanzo" viene considerato in primis un prodotto selezionato attentamente per ottenere, così, un miglioramento continuo della raccolta, nell'ottica di una valorizzazione dei processi di riutilizzo e riciclo.

Il cliente tipo dell'Eco Bistrot, a tal proposito, è un fruitore attivo, non solo in ambito ambientale, ma delle tante le iniziative proposte in campo sociale. I frequentatori del locale sono invitati alla "raccolta" dei propri tappi di sughero che verranno conseguentemente riutilizzati o alla donazione di libri a cui poi è possibile attingere in loco, sorseggiando un buon bicchiere di vino. Si raccolgono, inoltre, firme, si organizzano dibattiti, si met-

delle risorse ambientali, per "educare", in questo modo, gli avventori ad un linguaggio green che possa risultare, in seguito, più familiare. Vi capiterà, così, di ordinare un panino "fotovoltaico" o un'insalata "biodinamica", fino ad arrivare ad un tagliere "eco".

tono insieme proposte e sul grande schermo posto in sala, si proiettano cortometraggi e documentari d'autore. Se Salerno, insomma, è balzata agli onori della cronaca per il proprio impegno ambientalista, grazie all'apporto dei cittadini, l'Eco Bistrot ne rappresenta un esempio concreto

La ricetta Il panino "Orto urbano"

Con l'estate in arrivo un panino può essere un ottimo pranzo veloce e soddisfacente. Eco Bistrot propone, per esempio, il panino "Orto urbano": pane a lievitazione naturale (200 grammi preferibilmente del tipo ciabatta), zucchine o melanzane (a seconda delle preferenze), formaggio caprino, paté di olive, olio extravergine di oliva. Arrostate le zucchine o le melanzane su una griglia antiaderente precedentemente cosparsa con poco sale e, ultimata la cottura, lasciatele raffreddare, senza procedere al condimento. Riscaldare il panino in forno o semplicemente sulla piastra. Farcite con il caprino, del tipo fresco spalmabile, sovrapponetevi le verdure ed aggiungete qualche cucchiaino di paté di olive, senza esagerare per evitare di coprire i sapori. Completate il vostro piatto con un filo d'olio extravergine di oliva che darà quel tocco in più a questa freschissima e leggera prelibatezza. Sugerimenti: se avete amici a casa e volete rendere il vostro panino più rustico ed accattivante, servitelo su un tagliere di legno per ogni invitato o tagliato a tocchetti.



EcoBioNews

Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Speciale per **Salerno**

Unioncamere. Il progetto confluirà in un accordo transnazionale

Al via "MedDiet" per valorizzare la dieta mediterranea

*Italia capofila di sei Paesi, finanziamento pari a cinque milioni di euro
Si punta al pieno coinvolgimento di 15mila consumatori e 5mila ragazzi*

Presentata ufficialmente a Roma, l'iniziativa "Med Diet - Dieta Mediterranea e valorizzazione dei prodotti tradizionali" che ha ottenuto il finanziamento dell'Unione Europea nell'ambito del programma "Enpi Cbc Med" il cui budget totale sfiora i 5 milioni di euro e che avrà una durata di 30 mesi. Dopo il riconoscimento dell'Unesco come Patrimonio dell'Umanità, la Dieta Mediterranea è, quindi, per la prima volta, al centro di un progetto europeo che coinvolgerà, nell'arco di 30 mesi, sei Paesi che si affacciano sulle sponde del Mare Nostrum: Italia, Grecia, Spagna, Egitto, Tunisia e Libano. Capofila dell'iniziativa è Unioncamere, in partnership con il Centro Servizi Promozionali per le imprese della Camera di Commercio di Cagliari, l'Associazione Nazionale Città dell'Olio, il Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Jonio ed altri nove partner dei diversi Paesi coinvolti.

Le linee di azione.

"Diverse le linee d'azione previste - si legge in una nota di Unioncamere - tutte orientate a perseguire l'obiettivo specifico di aumentare la consapevolezza della Dieta Mediterranea come parte integrante di uno stile di vita, fatto, come recita la motivazione dei riconoscimento dell'Unesco, di "un insieme di competenze, conoscenze, pratiche e tradizioni che vanno dal paesaggio alla tavola", passando attraverso prodotti della terra e del mare, per finire nei nostri piatti". E ancora: "Perché la Dieta Mediterranea "promuove l'interazione sociale (...) e ha dato luogo a un notevole corpus di conoscenze, canzoni, racconti e leggende". Insomma, un vero e proprio modo di vivere che affonda le sue radici nei saperi dei territori e che ha il suo punto di forza in tanti prodotti alimentari tradizionali che, oltretutto, hanno anche una grande valenza in termini economici".



Gli obiettivi.

Obiettivo dei promotori è giungere, alla fine di questo percorso "a un Accordo Euro-Mediterraneo per la promozione e la tutela della Dieta Mediterranea", "che spinga anche i Paesi che si affacciano sulla riva Sud del Mare Nostrum ad adottare e condividere gli strumenti di tutela riconosciuti a livello europeo ai prodotti agroalimentari, grazie ai quali la Ue oggi vanta ben 1.147 prodotti tutelati e garantiti di cui 251 Made in Italy". MedDiet si svilupperà lungo alcuni assi strategici a cominciare da una massiccia campagna promozionale che coinvolgerà non solo i Paesi partner ma anche tutti quelli del bacino mediterraneo.. Saranno organizzati otto eventi a carattere internazionale in cui brochure, flyer, gadget racconteranno il progetto ma anche e soprattutto i principi della Dieta Mediterranea. Verranno inoltre prodotte newsletter semestrali che racconteranno i risultati principali e un sito web multilingue, collegato ai principali social network, in cui il consumatore potrà trovare le informazioni necessarie. Sarà attivato un sistema di conoscenze condiviso, che contemplerà una biblioteca digitale contenente studi sui benefici per la salute della Dieta Mediterranea, l'elenco dei prodotti anche tradizionali e

l'elenco delle buone pratiche. Sono previsti corsi di formazione in 120 scuole dei Paesi partner coinvolgendo 1.200 insegnanti e quasi 5mila alunni delle scuole primarie e secondarie in 120 progetti pilota (laboratorio del gusto, visite nelle aziende agricole e nella fabbriche, orto scolastico, concorsi di idee, check-up della Dieta Mediterranea nelle mense scolastiche). In programma, inoltre, iniziative di educazione nutrizionale che vedranno 15mila consumatori coinvolti in 45 progetti pilota (corsi di cucina, concorsi di idee MedDiet, laboratori del gusto). Sarà sperimentato un Certificato di Qualità MedDiet con lo scopo di aumentare la capacità delle Camere di commercio e delle organizzazioni di categoria dei Paesi partner di inco-

rraggiare le Pmi, in particolare i ristoranti, nel proporre alimenti coerenti con l'autentica Dieta Mediterranea. Il progetto sosterrà, quindi, quei ristoranti interessati ad offrire e promuovere l'autentica Dieta Mediterranea incrementando la loro visibilità sul mercato e coinvolgendo 300 di essi in progetti pilota articolati in fasi di formazione, assistenza e promozione del Certificato di Qualità MedDiet. Sarà possibile effettuare visite studio delle best practice della Ue sulle politiche, misure e iniziative concernenti la salvaguardia dei prodotti alimentari e appartenenti alla Dieta mediterranea per 90 funzionari delle istituzioni politiche di Egitto, Libano e Tunisia. Obiettivo di questa linea d'azione è implementare un project work per ciascuno dei tre Paesi al fine di definire un quadro giuridico condiviso a livello Mediterraneo per la salvaguardia del prodotto tradizionale della Dieta Mediterranea. Il sistema di conoscenze condiviso che andrà a confluire nella Biblioteca digitale, l'analisi del quadro giuridico e le iniziative promozionali troveranno una sistematicizzazione in un Accordo Euro-Mediterraneo per la promozione e la tutela della Dieta Mediterranea.

(Fonte: com. st. unioncamere.it del 24.05.2013)

Web Marketing

Idee, tecnologie ed innovazione



Ibm. Nasce un servizio rapido e personalizzato per lo Smarter Commerce

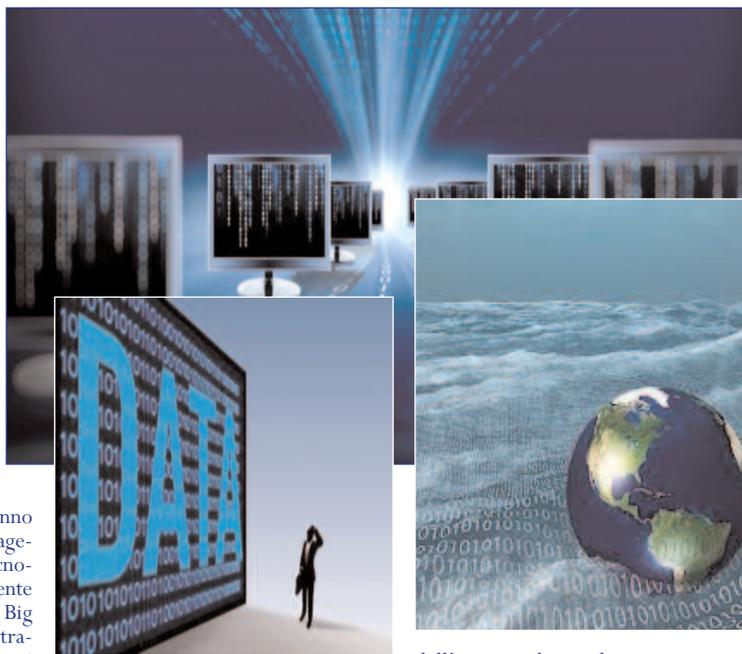
Watson rivoluziona l'interazione tra i marchi e i consumatori

Le tecnologie di Big Data Analytics alla base della nuova funzionalità messa in campo



Con la crescita esponenziale del numero di consumatori digitali e la nascita di nuove tendenze di commercio online, mobile e sui social media, viene richiesto alle imprese di affinare sempre più le loro interazioni con i clienti e trasformare il modo di fornire marketing, vendite e assistenza. Da un lato i consumatori si aspettano che i marchi li conoscano individualmente, forniscano interazioni personalizzate e opzioni self-service, dall'altro i leader aziendali, quali direttori marketing, responsabili della customer experience e direttori vendite, devono trasformare il modo di interagire con i clienti, per rafforzare la fedeltà al marchio e migliorare il customer service. Queste le premesse che hanno portato alla nascita di Watson Engagement Advisor, una rivoluzione tecnologica, presentata da Ibm, che consente ad aziende leader di elaborare i Big Data a tempo di record e che trasforma il modo di interagire con i clienti in aree chiave quali customer service, marketing e vendite. Si tratta del primo sistema di questo tipo progettato per aiutare il personale a contatto con i clienti ad assistere i consumatori con informazioni più approfondite, a una rapidità in precedenza impossibile. Fornito come servizio cloud e in sessioni di chat online, Watson consentirà agli addetti del servizio clienti di un'azienda di fornire risposte rapide, basate sui dati, o di inviarle direttamente ai consumatori tramite un dispositivo mobile.

Con un semplice clic, la funzionalità "Ask Watson" gestirà rapidamente le domande dei clienti, offrirà consigli per guidare le loro decisioni di acquisto e risolverà gli eventuali problemi. Nell'ambito dell'iniziativa Smarter Commerce di Ibm, le nuove funzionalità di Watson si adattano perfettamente al customer engagement, grazie alla capacità di comprendere le sfumature del linguaggio naturale, elaborare domande simulando il pensiero umano e vagliare enormi quantità di Big Data per trovare risposte pertinenti e basate sulle evidenze dei bisogni



dell'utente che, col passare del tempo, ha acquisito sempre maggior "potere" nei confronti del venditore, ridefinendo addirittura il significato del termine "commercio". I rivenditori sono stati i primi a confrontarsi con l'aumento del potere dei consumatori, ma anche le aziende di altri settori quali telecomunicazioni, servizi finanziari e altri hanno ormai iniziato ad adattarsi a questi cambiamenti. Bisogna, infatti, non dimenticare alcuni dati, ben evidenziati da Ibm:

i consumatori del nuovo millennio costituiranno quasi metà della forza lavoro entro il 2020 e utilizzeranno il loro stipendio per acquisti importanti, che richiedono un servizio clienti di altissimo livello, dalle auto alle polizze assicurative; entro il 2016, saranno utilizzati più di 10 miliardi di smart phone, superando i dati della popolazione umana; uno studio condotto da Ibm tra 1.700 direttori marketing (chief marketing officers) rivela che il 65 per cento dei Cmo non si ritiene sufficientemente preparato per la crescita delle opzioni a disposizione dei consumatori per i canali di

comunicazione come smart phone e tablet.

E' necessario, poi, aggiungere altre considerazioni che dimostrano come lo stato del customer engagement attuale presenta ancora ampi margini di miglioramento. Ogni anno vengono gestite 270 miliardi di chiamate al servizio clienti, delle quali circa il 50 per cento non viene risolto, e questo per le aziende comporta un aumento di tre volte del costo per chiamata trasferita a un altro livello di competenza. Col senno di poi, il 61 per cento di tali chiamate avrebbe potuto essere risolto con un miglior accesso alle informazioni. Non sorprende quindi che, secondo quanto rilevato dal Customer Experience Index 2012 di Forrester, solo il 37 per cento dei marchi abbia ricevuto una valutazione di "buono" o "eccellente" sull'indice della customer experience, mentre il 64 per cento ha ricevuto un giudizio di "OK," "scadente" o "molto scadente" dai loro clienti.

Insomma, con Watson Ibm consente ai clienti di rispondere ai cambiamenti del mercato in tempo reale, di automatizzare il marketing e di trasformare il modo di assistere i clienti, migliorando anche la presenza globale del marchio. La funzionalità "Ask Watson" di Ibm Watson Engagement Advisor saluta e offre aiuto ai clienti attraverso qualsiasi canale, che si tratti della finestra di chat, di un sito web o di un avviso su un dispositivo mobile, risparmiando ai consumatori la seccatura di eseguire ricerche, setacciare siti web e forum o attendere all'infinito una risposta riguardo all'informazione di cui hanno bisogno. Facendo ricorso alle tecnologie di Big Data Analytics di Ibm, Watson recupera i dati sui clienti per assicurare che le conversazioni siano adattate alle loro esigenze e rintraccia tra le informazioni archiviate le soluzioni migliori.

(Fonte: com. st. Ibm del 22.05.13)