

L'intervista. Domenico Sorgente (Mediterranea Hotel)

“Il turismo è pronto alla svolta Puntiamo sulla qualità del mare”

“Salerno è ormai bene inserita anche nei circuiti internazionali”
“E’ il momento di recuperare la balneabilità e migliorare i servizi”

“Il bilancio di quest'estate che volge al termine è sicuramente positivo. Si è registrato un aumento di presenze in città, soprattutto di turisti stranieri, e questo è un segnale estremamente importante perché significa che siamo entrati in circuiti nei quali eravamo assenti. E' stato fatto un buon lavoro senza dubbio. Ora, però, è il momento di insistere, di



Domenico Sorgente

profondere il massimo sforzo, partendo dalla principale risorsa che abbiamo: il mare. Recuperare la qualità delle acque è il passo fondamentale per allungare i giorni di permanenza ed incrementare le ricadute economiche a cascata”. Domenico Sorgente imprenditore della filiera turistica impegnato su più fronti (Mediterranea Hotel, Jolly Animation Group) insiste: “Ritengo molto importante – dice a salernoconomy.it – quanto si sta verificando in questi mesi a Salerno. Nel pieno di una crisi economica ancora fortemente penalizzante per il Sud, siamo in presenza di una stagione turistica che soprattutto in agosto ha dato frutti positivi.

A Salerno sono arrivati flussi di visitatori da tutt'Europa e anche da Paesi sudamericani. La tendenza è, però, sempre la stessa: si sceglie il capoluogo di provincia per poi spostarsi sulle due Costiere. Va bene certamente anche così, ma ci sono le condizioni per ricavarci un ruolo diverso, non solo di città-cerniera. Abbiamo un grande “tesoro” che possiamo utilizzare molto meglio di come stiamo facendo: il nostro mare e le nostre spiagge, abbinate ad una programmazione maggiormente coordinata, potrebbero rappresentare un richiamo di primissimo piano all'interno dell'offerta regionale”. “Se si tratta di una carenza di fondi – continua Sorgente – sono convinto che sarebbe una scelta apprezzata dalla stragrande maggioranza dei salernitani quella di ridurre i finanziamenti per micro-eventi discutibili al fine di concentrare, invece, gli investimenti sull'impiantistica necessaria a garantire l'acqua pulita”.

L'intervista completa di Ernesto Pappalardo a pag.2.

Rago (Confagricoltura): “Bene l'intesa tra i porti di Salerno e Venezia”

“Ritengo estremamente importante l'accordo raggiunto tra il porto di Salerno e quello di Venezia perché va nella giusta direzione della creazione di reti e collegamenti tra infrastrutture in grado di agevolare la mobilità delle merci e delle persone. E' in questo modo che si possono stimolare maggiori opportunità di incremento dei traffici commerciali, implementando di fatto il raggio di penetrazione sui mercati del Nord Italia e dell'Europa centrale delle nostre produzioni”. Rosario Rago, presidente provinciale di Confagricoltura, commenta molto favorevolmente l'intesa tra le Autorità Portuali di Salerno e Venezia



Rosario Rago

“in un momento davvero difficile per l'economia del Mezzogiorno e dell'intero Paese”. Rago sottolinea come “la filiera istituzionale in questo caso abbia saputo porre al centro dell'attenzione una delle maggiori criticità che si avvertono sul territorio: la carenza di una catena di logistica integrata che deve fare necessariamente perno su una visione di ampia portata, capace di inserire la provincia di Salerno nel corridoio di collegamento nazionali ed internazionali”. Per Rago il porto commerciale di Salerno “resta l'anello centrale di un sistema infrastrutturale che va necessariamente ampliato al più presto con la piena funzionalità dell'aeroporto di Pontecagnano anche sotto il profilo della funzionalità degli aerei-cargo, risorsa importantissima per promuovere la commercializzazione di prodotti ortofrutticoli ed alimentari deperibili in poche ore”. “L'inserimento di Salerno – conclude Rago – in un contesto sempre più funzionale dal punto di vista infrastrutturale è una delle priorità che va affrontata con tutti i mezzi e le risorse disponibili, sollecitando le Istituzioni competenti a mettere in campo al più presto un piano d'azione effettivamente operativo”.

(Er.Pa.)

Trend/Turismo, le nuove strategie per “catturare” i vacanzieri

La ricerca del cliente diventa sempre più “intelligente”



servizio a pagina 3



Antonio Sessa

Approfondimenti. L'intervento su Avvenire del prof. Stefano Zamagni

Politiche economiche, la lezione dimenticata di De Gasperi



servizio a pagina 4

Stefano Zamagni

Positivo il bilancio, soprattutto in agosto, delle presenze in città



Sorgente: "Il turismo è pronto al grande salto"

"Salerno è ormai bene inserita anche nei circuiti internazionali"
"E' il momento di recuperare la balneabilità e migliorare i servizi"

"Il bilancio di quest'estate che volge al termine è sicuramente positivo. Si è registrato un aumento di presenze in città, soprattutto di turisti stranieri, e questo è un segnale estremamente importante perché significa che siamo entrati in circuiti nei quali eravamo assenti. E' stato fatto un buon lavoro senza dubbio. Ora, però, è il momento di insistere, di profondere il massimo sforzo, partendo dalla principale risorsa che abbiamo: il mare. Recuperare la qualità delle acque è il passo fondamentale per allungare i giorni di permanenza ed incrementare le ricadute economiche a cascata". Domenico Sorgente, imprenditore della filiera turistica impegnato su più fronti (Mediterranea Hotel, Jolly Animation Group) insiste: "Ritengo molto importante – dice a salernoconomy.it – quanto si sta verificando in questi mesi a Salerno. Nel pieno di una crisi economica ancora fortemente penalizzante per il Sud, siamo in presenza di una stagione turistica che soprattutto in agosto ha dato frutti positivi. A Salerno sono arrivati flussi di visitatori da tutt'Europa e anche da Paesi sudamericani. La tendenza è, però, sempre la stessa: si sceglie il capoluogo di provincia per poi spostarsi sulle due Costiere. Va bene certamente anche così, ma ci sono le condizioni per ricavarci un ruolo diverso, non solo di città-cerniera. Abbiamo un grande "tesoro" che possiamo utilizzare molto meglio di come stiamo facendo: il nostro mare e le nostre spiagge, abbinate ad una programmazione maggiormente coordinata, potrebbero rappresentare un richiamo di primissimo piano all'interno dell'offerta regionale". "Se si tratta di

una carenza di fondi – continua Sorgente – sono convinto che sarebbe una scelta apprezzata dalla stragrande maggioranza dei salernitani quella di

la vicenda-Cstp non è stata – tra le altre drammaticità che rappresenta – un buon biglietto da visita. E poi c'è un problema più generale di cultura

mento di un cartellone di eventi che abbia un senso logico: basta con la concentrazione di offerte interessanti e di richiamo magari nella stessa serata, lasciando "scoperte" numerose altre date. Perché non coordinarsi tra Enti ed associazioni che pure operano in maniera estremamente positiva? E' difficile mettere insieme tutti intorno ad un tavolo, ma alla fine può fare la differenza con l'obiettivo di vendere – finalmente – con largo anticipo il famoso "pacchetto-Salerno" nelle fiere e nelle borse di settore che viaggiano con un anno di anticipo". Sorgente si sofferma anche sulla necessità di "avviare percorso formativi nel settore turistico assolutamente indispensabili per migliorare la qualità dell'accoglienza sul territorio". "Ritengo – rimarca – prioritario avviare un confronto approfondito con il circuito della scuola e degli enti di formazione per individuare profili professionali qualificati da immettere nelle strutture ricettive o di ristorazione, ma anche, più in generale, nella rete di servizi che attualmente è sguarnita: guide turistiche, personale specializzato nell'intrattenimento dei bambini, sicurezza privata, solo per citare qualche esempio". "E' il momento giusto – conclude Sorgente – per fare il salto di qualità. Le premesse ci sono: la città turistica è un traguardo molto difficile da raggiungere perché richiede l'impegno di tutti – operatori compresi, naturalmente – ma non bisogna perdersi come sempre in individualismi sterili o in programmi di corto respiro. Per una volta potremmo tutti insieme costruire un pezzo importante di futuro".

Ernesto Pappalardo



Domenico Sorgente

ridurre i finanziamenti per micro-eventi discutibili al fine di concentrare, invece, gli investimenti sull'impiantistica necessaria a garantire l'acqua pulita". Sorgente sottolinea, poi, la necessità di assicurare – anche in piena estate – una gamma di servizi di qualità per i turisti, oltre che, naturalmente, per i residenti. "Se parliamo dei trasporti – spiega – è ovvio che la mobilità urbana è uno dei riferimenti centrali per quanti devono spostarsi per una passeggiata, per visitare un monumento, per raggiungere un locale o anche per recarsi in stazione. Da questo punto di vista

dei servizi per il turismo che va assolutamente affrontato". Da quale punto di vista? "L'accoglienza al turista è il parametro principale sul quale si gioca la capacità attrattiva di una località che si candida ad entrare stabilmente negli itinerari più frequentati a livello nazionale ed internazionale. Manca ancora una visione complessiva delle tante opportunità che vanno rese disponibili per chi arriva in città. Mi riferisco, solo per fare un esempio, ad una maggiore attenzione alla mobilità in autonomia dei visitatori: noleggio auto, motorini, biciclette. Oppure all'allesi-

TV OGGI
al tasto **71** del tuo telecomando
www.tvoggisalerno.it

ÒPERA
design & comunicazione strategica

MEDICERT

Indagine Federalberghi. In calo le presenze, il giro di affari accusa un -22 per cento

La crisi economica "comprime" in casa i vacanzieri nostrani



Solo il 44,7 per cento ha già fatto o farà le ferie fino a settembre per una flessione del 18,9 per cento. La durata è mediamente pari a 11 notti, il 76,6 per cento rimane in Italia ed 18,5 per cento va all'estero

Sono da brivido le stime di Federalberghi relativamente ai numeri economici espressi dal movimento turistico estivo di quest'anno. I dati sono stati realizzati attraverso un'indagine che Federalberghi ha svolto con il supporto tecnico dell'Istituto ACS Marketing Solutions ed effettuata dal 9 al 13 luglio con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) ad un campione di 1.200 italiani



maggioresi rappresentativi degli oltre 60 milioni di connazionali maggiori e minorenni. Appare subito chiaro, dai risultati dell'indagine, come la crisi economica abbia inciso pesantemente sulle vacanze degli italiani: solo il 44,7% degli italiani, pari a circa 27 milioni di persone tra maggiori e minorenni, hanno già fatto o si apprestano a fare vacanze da giugno a settembre, rispetto ai 33,2 milioni dell'estate 2011, per una flessione del 18,9%. Stabile la durata delle vacanze estive, mediamente di 11 notti così come nel 2011. Nel 76,6% dei casi si rimane in Italia (rispetto al 77,7% del 2011) e nel 18,5% si va all'estero (rispetto al 21,4% del 2011). A rimanere a casa questa estate il 49,1% della popolazione, rispetto al 41,9% dell'estate 2011, soprattutto a causa delle attuali condizioni economiche (per il 51,6% di essi). Resta la spiaggia il luogo preferito per le vacanze (per il 67,9% del campione), seguita dalla montagna con il 15,6% delle preferenze e dalle località termali e del benessere con il 4,2% (in crescita rispetto al 3,1% del 2011). A seguire,

infine, le località d'arte con il 3,3% della domanda e le località lacuali con il 2% della domanda complessiva italiana (rispetto all'1,6% del 2011). In calo la spesa stimata per la vacanza estiva (comprensiva di viaggio, vitto, alloggio e divertimenti): 741 euro rispetto ai 776 euro del 2011 che, per quanto riguarda la vacanza in Italia,

scende a 655 euro rispetto ai 689 euro del 2011 per un giro d'affari complessivo di 15,3 miliardi di euro (-22% rispetto all'estate 2011). Per quanto riguarda la tipologia prescelta per il soggiorno vacanziero, l'albergo si conferma al primo posto con il 31,5% delle preferenze seguito, nell'ordine, dalla casa di parenti o amici (il 16,7%), la casa di proprietà (il 14,8%), l'appartamento in affitto (il 10,2%), il villaggio turistico (l'8,6%), i residence (il 5,7%), il campeggio (il 3,3%), i bed&breakfast (il 2%), l'agriturismo (l'1,2%) e la crociera (l'1,1%). Infine, relativamente alle regioni più gettonate per le vacanze estive, spicca la Calabria che, con il 12,9% di domanda nazionale rispetto al 9,7% del 2011, balza al primo posto tra le scelte degli italiani. A seguire il Veneto col 10,7% rispetto al 7,2% del 2011, la Sicilia col 9,7% rispetto al 13% del 2011, la Sardegna con l'8,9% rispetto al 10,2% del 2011, il Lazio col 7,1%, la Puglia col 6,5%. Ancora relativamente basso il dato relativo all'attrattiva della Campania, ferma al 4,4% della domanda nazionale.

Mario Gallo

E la ricerca del cliente è diventata sempre più "intelligente"

L'adozione di strumenti e servizi innovativi di "business intelligence" e "business analytics" permette al management delle aziende del settore turistico, così come per tutte le altre tipologie di aziende, di governare i dati in loro possesso (interni o esterni all'azienda), trasformandoli in informazioni affidabili ed aggiornate, utili per mettere in atto strategie mirate, monitorando l'impatto che hanno sul loro core business.

"Gli strumenti innovativi della "business intelligence" - spiega a salernoconomy Antonio Sessa, Account Manager di "B.I. Strategy", una delle aziende salernitane più impegnate nella sperimentazione di nuovi modelli di analisi informatica - hanno dato la possibilità di trasformare la grande quantità di dati a disposizione della struttura turistiche (richieste di preventivi, prenotazioni, documenti di gradimento, ecc.) in informazioni rilevanti per la definizione delle strategie aziendali. Queste informazioni risultano fondamentali al fine di formulare offerte mirate ad una clientela sempre più esigente. Il ventaglio di servizi offerti dalle strutture turistiche, oggi, è basato su informazioni dettagliate che è possibile estrapolare dall'analisi approfondita dei dati, incrociando, ad esempio, le parole chiave digitate sui motori di ricerca, con le richieste di informazioni inoltrate alle strutture, o ancora, con i dati relativi al customer satisfaction".

"Oggi il "business intelligence" - continua Sessa - offre agli operatori turistici gli strumenti utili per creare scenari previsionali capaci di simulare e valutare gli investimenti necessari per offrire nuovi servizi alla clientela, comparandoli con gli incassi presumibili e tarando, quindi, il prezzo di un'offerta fortemente competitiva che garantisce un ritorno soddisfacente per l'azienda". "Avere a disposizione queste informazioni - conclude Sessa - permette, pertanto, di formulare l'offerta economicamente più vantaggiosa per i clienti, innalzando il livello del rapporto qualità-prezzo".

(Er.Pa.)



Antonio Sessa

Jeep

EUMI

ITALIANAUTO srl

 SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302531

 NOCERA INFERIORE - Via A.De Nicola, 6/8 - Tel. 081.5170152

Concessionaria ITALIANAUTO

 SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302531

 NOCERA INFERIORE - Via A.De Nicola, 6/8 - Tel.081.5170152

Il dibattito. L' intervento su "Avvenire" del Prof. Stefano Zamagni

Politiche economiche, la lezione dimenticata di Alcide De Gasperi

"Una vera democrazia che mira al bene comune non può tollerare di assistere passivamente all'aumento sistemico delle diseguaglianze"

Riportiamo di seguito alcuni brani dell'articolo del Prof. Zamagni pubblicato sul quotidiano "Avvenire" lo scorso 17 agosto.

"È quanto meno strano che la storiografia su De Gasperi si sia soffermata più sui temi di politica interna ed estera che non su quelli di politica economica. (Proprio il contrario di quanto è accaduto ad un'altra grande figura di statista, quella di K. Adenauer.) Eppure, il pensiero e l'opera di De Gasperi in ambito economico non meritano l'oblio, perché hanno ancora tanto da dirci per l'oggi. Una prima questione può essere posta nei seguenti termini: perché lo statista trentino, che pure conosceva bene e giudicava positivamente l'economia sociale di mercato (ESM) tedesca, non ritenne di tentare un'applicazione al caso italiano? Perché conoscendo bene la realtà del Paese all'epoca e quanto era accaduto durante la tragica esperienza del fascismo, aveva ragioni di ritenere che la proposta del modello dell'ESM sarebbe stata presa a significare una riedizione dell'ordine sociale corporativista. Per un verso, la Confindustria non voleva sentir parlare di cogestione, di monitoraggio dei comportamenti, di scambio di informazioni tra gli attori economici, elementi questi costitutivi dell'ESM (anche Pasquale Saraceno non vedeva di buon occhio il partecipazionismo operaio). Per l'altro verso, i tre principali partiti dell'epoca non nascondevano la loro diffidenza nei confronti dell'impresa privata: Pci e Psi per ragioni ideologiche; la sinistra Dc perché il capitalismo veniva percepito come contrario alla Dottrina sociale della Chiesa. Al tempo stesso, De Gasperi non poteva certo spendersi – et pour cause – per il modello di economia liberale di mercato di tipo anglosassone. Come è noto, la chiave della distinzione tra i due mo-

delli è nella diversa modalità degli imprenditori di coordinarsi fra loro per controllare la dinamica salariale, per incoraggiare l'innovazione e per favorire l'aggiustamento alle mutate condizioni di mercato. Di qui quello che è

"La sintesi mirabile fra solidarismo cristiano e libero mercato è il suo vero capolavoro"

stato chiamato – a mio giudizio impropriamente – il compromesso degasperiano, e cioè l'economia mista di mercato: nella sfera privata si accolgono i principi liberali; nella sfera pubblica si applica la nozione di Stato limitato. Quest'ultimo è uno Stato né minimo (come volevano i liberali), né interventista su tutti i fronti (come volevano gli statalisti); ma uno Stato che è anche forte purché si muova entro limiti ben definiti. La sintesi mirabile fra solidarismo cristiano e libero mercato è il vero capolavoro di De Gasperi, pari, per importanza, al capolavoro di Parigi del febbraio 1947 nella circostanza del Trattato di pace, quando De Gasperi lo statista riuscì a far accogliere l'Italia nel novero delle democrazie occidentali. Mantenendo le due sfere in equilibrio dinamico, De Gasperi ha dimostrato di saper fare tesoro delle complementarità istituzionali".

"La seconda questione concerne il modo in cui De Gasperi interpreta i principi della Dottrina sociale della Chiesa con specifico riguardo al tema della giustizia sociale. Quest'ultima viene vista come un meccanismo di correzione e di compensazione dei risultati di mercato, come vuole il libe-

ralismo di marca anglosassone, e non come un insieme di regole e provvedimenti che valgano a far funzionare in modo più equo il mercato. La società giusta, per De Gasperi, non è solamente quella che garantisce l'equità intesa come eguagliamento dei punti di partenza, ma anche quella che assicura un certo grado di uguaglianza dei punti di arrivo del gioco di mercato. E ciò per la fondamentale ragione che la democrazia che mira al bene comune non può tollerare di assistere passivamente all'aumento sistemico delle diseguaglianze. Di qui la lotta dello statista trentino contro i monopoli (privati), il latifondo, le varie forme di rendita parassitaria. Si trattava di battere le numerose elites che cercavano il controllo del potere economico per esaltare la loro avidità. Disoccupazione strutturale e povertà estrema furono sin da subito i principali cavalli di battaglia di De Gasperi, il quale aveva ben compreso che sono i vested interests, gli interessi costituiti quando danno vita a forti coalizioni distributive a rappresentare la più grave minaccia alla crescita".

"Infine, non si può non fare parola della straordinaria intuizione di De Gasperi a proposito della distinzione tra istituzioni economiche estrattive e inclusive: le prime sono quelle che concentrano ricchezze e poteri nelle mani di pochi; le seconde tendono a redistribuire il potere, a realizzare cioè la poliarchia. Sono infatti le istituzioni economiche a promuovere lo sviluppo assai più e meglio delle condizioni geografiche e delle stesse matrici culturali. Ma le istituzioni, in quanto regole del gioco, nascono dalla politica. Dunque senza un mutamento politico adeguato, a poco serve cercare di applicare ricette o modelli che pure hanno dato buona prova di sé in altri contesti". (Fonte: avvenire.it del 17.08.2012)

LA SCHEDE Il Prof che insegna Economia Civile



Stefano Zamagni

Stefano Zamagni (nella foto) è professore ordinario di Economia Politica all'Università di Bologna (Facoltà di Economia) e Adjunct Professor of International Political Economy alla Johns Hopkins University, Bologna Center. E' autore di numerose pubblicazioni. Si segnalano, tra le altre, i manuali in uso in moltissime Università: Istituzioni di Economia Politica. Un testo europeo, Bologna, Il Mulino, 2002 (in collaborazione con T. Cozzi); Microeconomia, Bologna, Il Mulino, 1997 (in collaborazione con F. Delbono); Profilo di storia del pensiero economico, Roma, Nuova Italia Scientifica 2004 (in collaborazione con E. Scerpanti); Economia Civile (in coll. Con L. Bruni), Bologna, Città Nuova, 2007; Avarizia, Il Mulino, 2009.

(Fonte: unibo.it)



EcoBioNews

Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Il testo del Decreto del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali

Come cambia l'import dei prodotti biologici

Le disposizioni attuative per l'applicazione del regolamento europeo per quanto riguarda il regime dei flussi in entrata da Paesi terzi

Si pubblica di seguito il testo del Decreto Ministeriale n. 18378 del 9 agosto 2012 concernente le "Disposizioni per l'attuazione del Reg. (CE) n. 1235/2008 recante modalità di applicazione del Reg. (CE) n. 834/2007 del Consiglio per quanto riguarda il regime di importazione di prodotti biologici dai Paesi terzi".

Articolo 1

1. Il presente decreto, fatte salve le altre disposizioni europee e nazionali in materia di importazioni, contiene le disposizioni per l'attuazione delle importazioni di prodotti biologici da Paesi terzi (Regg. (CE) n. 834/07, n. 889/08 e n. 1235/08, modificato da ultimo dal Reg. (UE) n. 508/2012);

2. Le importazioni di prodotti biologici da Paesi terzi, ai sensi del Reg. (CE) n. 834/2007 e del Reg. (CE) n. 1235/2008, possono essere effettuate esclusivamente dagli operatori iscritti nella categoria "Importatori" dell'Elenco nazionale degli operatori biologici, di cui all'art. 7 del Decreto Ministeriale 1° febbraio 2012 n. 2049;

3. Gli importatori assolvono agli obblighi previsti all'art. 84 del Reg. (CE) n. 889/2008 informando, almeno sette giorni prima, l'Organismo di Controllo al quale sono assoggettati e il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (di seguito MiPAAF) - (Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare e della pesca), di ogni partita che deve essere immessa in libera pratica nell'Unione Europea;

4. Le informazioni di cui al paragrafo 3 del presente articolo sono trasmesse tramite mail all'indirizzo saq10.importazioni@mpaaf.gov.it, indicando in oggetto "comunicazione arrivo merce: ragione sociale dell'importatore", utilizzando esclusivamente il modello di cui all'Allegato I del presente Decreto;

5. Fatte salve le procedure operative di ciascun Organismo di Controllo, gli Organismi stessi verificano che le comunicazioni, di cui al precedente



paragrafo 3 del presente articolo, contengano elementi idonei a consentire che l'importazione avvenga in conformità alle disposizioni del Reg. (CE) n. 1235/2008 accertando, altresì, la completezza e la correttezza della documentazione in possesso dell'importatore compresa, ove previsto, la regolarità del certificato fitosanitario di esportazione di cui al DLgs 214/2005, al fine di verificarne la corrispondenza con le partite importate nonché la relativa tracciabilità;

6. Gli Organismi di Controllo elaborano, con riferimento agli importatori, una specifica valutazione del rischio di inosservanza delle norme di produzione biologica tenendo conto delle quantità, qualità e del valore dei prodotti importati, dei risultati dei precedenti controlli, del rischio di scambio di prodotti e di qualsiasi informazione riferita al sospetto di non conformità del prodotto biologico importato.

Articolo 2

1. Entro il 15 febbraio di ogni anno, gli importatori, iscritti nell'Elenco nazionale degli operatori biologici, comunicano al MiPAAF (Dipartimento delle politiche competitive

frequenti e, se del caso, non preannunciati, anche presso la dogana di arrivo della partita di cui è stata data comunicazione ai sensi dell'art. 1 del presente Decreto, assicurando anche il rispetto delle disposizioni di cui all'art. 83, secondo paragrafo del Reg. (CE) n. 889/2008 per quanto riguarda le modalità di trasporto.

Articolo 5

1. Gli Organismi di Controllo comunicano, ogni 15 giorni, al MiPAAF (Dipartimento delle politiche competitive della qualità agroalimentare e della pesca ed Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari) e alle Regioni e Province Autonome, i provvedimenti adottati nei confronti degli operatori a seguito di riscontrate non conformità.

2. Le informazioni di cui al paragrafo 1 del presente articolo sono trasmesse tramite invio di un messaggio di posta elettronica agli indirizzi saq10.importazioni@mpaaf.gov.it e vico1@mpaaf.gov.it, indicando in oggetto "Non Conformità: Odc", utilizzando esclusivamente il modello di cui all'Allegato III del presente Decreto;

3. Le Autorità Competenti richiedono, se del caso, integrazioni alle comunicazioni di cui al paragrafo 1 del presente articolo.

Articolo 6

L'importatore che, a seguito dell'entrata in vigore del Reg. (UE) n. 508/2012, non intende avvalersi delle autorizzazioni in corso di validità, rilasciate dal MiPAAF ai sensi dell'art. 19 del Reg. (CE) n. 1235/2008, presenta idonea comunicazione al MiPAAF e al proprio Organismo di Controllo, indicando il riferimento all'autorizzazione e la data dalla quale intende non avvalersi della stessa.

mento delle politiche competitive della qualità agroalimentare e della pesca) i prodotti e le relative quantità, sulla base della classificazione definita dal Reg. (CEE) n. 2658/87 relativo alla nomenclatura tariffaria e statistica ed alla Tariffa Doganale Comune (TARIC), di tutte le partite importate nel corso dell'anno precedente.

2. Le informazioni, di cui al paragrafo 1 del presente articolo, sono trasmesse, tramite mail, all'indirizzo saq10.importazioni@mpaaf.gov.it, indicando in oggetto "comunicazione annuale importazioni: ragione sociale dell'importatore", utilizzando esclusivamente il modello di cui all'Allegato II del presente Decreto;

Articolo 3

Qualora il MiPAAF riceva comunicazioni relative al sospetto di non conformità di un prodotto biologico importato da Paesi terzi si applicano, mutatis mutandis, le disposizioni del Decreto Ministeriale del 26 luglio 2011 n. 14458.

Articolo 4

Gli Organismi di Controllo assicurano, per ogni importatore assoggettato al loro sistema, controlli