

Lo speciale. L'analisi degli economisti dell'università di Salerno

Il denaro costa troppo Imprese senza liquidità

Il credito penalizza ancora manifatturiero e servizi Tassi a breve e medio termine troppo "pesanti"

Il problema è ormai considerato strutturale: il funzionamento del mercato del credito nel Mezzogiorno più che altrove si rileva uno dei fattori permanenti di peggioramento delle dinamiche di crescita economica. Naturalmente, le analisi sulle responsabilità di questa situazione divergono ampiamente (semplificando al massimo: colpa delle banche o delle imprese?), ma la fotografia di quanto sta accadendo può essere abbastanza condivisa anche da punti di osservazione specularmente diversi. In un recente (26 ottobre scorso) documento redatto da un pool di studiosi delle dinamiche del territorio e di economisti dell'Università di Salerno (Pasquale Persico, Adalgiso Amendola, Marcello D'Amato, Sergio Destefanis, Carmen Gallucci, Roberto Gerundo, Gerardino Metallo, Aurelio Tommasetti) si delinea uno scenario che non ha bisogno

di commenti. Il peggioramento del quadro di accesso al credito è documentato, tra i vari indicatori messi a fuoco, anche dall'analisi del trend degli spread sui tassi di interesse - mettendo a confronto la Campania e la Lombardia - pagati dalle imprese del settore manifatturiero e dei servizi. Per entrambi i comparti emerge un aumento nel 2012 rispetto al 2011 sulle operazioni in essere per crediti a breve e a lungo termine. "La situazione - si legge nel documento - è anche peggiore per le imprese esportatrici in quanto la media dei tassi italiani è superiore a quella dei tassi tedeschi e francesi" Se, poi, si passa nello specifico delle erogazioni di finanziamenti - sempre nel settore privato - non di breve termine, si deduce che "sia il 2012 sia il 2011 presentano tassi di crescita delle erogazioni negativi, con una riduzione media del periodo

dell'1.2% a trimestre". Mentre a livello nazionale nello stesso periodo le erogazioni sono rimaste stabili. "Focalizzando l'attenzione sugli aggregati di maggiore interesse per il sistema delle imprese - si sottolinea - si può notare come analoghi risultati si ottengono sui tassi di crescita di erogazioni e consistenze relative al finanziamento di acquisto di macchinari e mezzi di trasporto in provincia di Salerno. Sia nel 2011 sia nel primo semestre del 2012 erogazioni e consistenze di crediti mostrano andamento negativo". In questo si documenta "un persistente fenomeno di credit crunch in provincia di Salerno" che certamente non consente di intravedere a breve un innalzamento della soglia di circolante nel circuito economico e produttivo.

Il servizio completo di Ernesto Pappalardo a pag.2

Inserto Speciale EcoBioNews

Incremento record
per i lavoratori agricoli



Inserto Speciale Web Marketing

L'e-commerce? Continua
la crescita a due cifre (+32%)



servizio a pagina 5



Nel 2011 l'e-commerce in Italia ha confermato il trend positivo degli anni precedenti, con una crescita del 32% sul 2010 e un valore che ha superato i 18 miliardi euro. I settori con la crescita più significativa rispetto allo scorso anno sono stati i siti di e-commerce multi-prodotto, l'editoria e il tempo libero, in particolare grazie al grande sviluppo delle scommesse. Crescono, anche se in misura meno evidente, moda e arredamento, mentre restano stabili settori più maturi come quello del turismo. Questi i risultati più significativi dell'annuale ricerca sullo stato dell'e-commerce in Italia condotta da Casaleggio Associati sul campione delle 3 mila aziende e-commerce con maggior fatturato in Italia. "Nel 2012 - spiega Davide Casaleggio, Socio fondatore Casaleggio e Associati in un approfondito intervento ("L'e-commerce diventa maggiorenne") pubblicato su milanofinanza.it del 01.05.2012 - l'e-commerce compie 18 anni. L'inizio delle attività e-commerce in Italia è avvenuto infatti nel 1994. Da allora ci sono stati tre momenti importanti di crescita: nel 2000 con il boom delle dot com, nel 2005 con l'ingresso dei retailer che vendono tramite catene distributive tradizionali, e infine negli ultimi due anni con l'avvento di operatori stranieri come Amazon, il boom dei siti di vendite istantanee..."



L'erogazione del credito continua a penalizzare manifatturiero e servizi



Denaro ancora più caro, la "stretta" non si allenta

*I tassi a breve e medio termine accentuano le difficoltà delle aziende
In un documento dell'Università di Salerno l'analisi del "credit crunch"*

Il problema è ormai considerato strutturale: il funzionamento del mercato del credito nel Mezzogiorno più che altrove si rileva uno dei fattori permanenti di peggioramento delle dinamiche di crescita economica. Naturalmente, le analisi sulle responsabilità di questa situazione divergono ampiamente (semplificando al massimo: colpa delle banche o delle imprese?), ma la fotografia di quanto sta accadendo può essere abbastanza condivisa anche da punti di osservazione specularmente diversi. In un recente (26 ottobre scorso) documento dell'Università di Salerno si delinea uno scenario che non ha bisogno di commenti. Il peggioramento del quadro di accesso al credito è documentato, tra i vari indicatori messi a fuoco, anche dall'analisi del trend degli spread sui tassi di interesse - mettendo a confronto la Campania e la Lombardia - pagati dalle imprese del settore manifatturiero e dei servizi. Per entrambi i comparti emerge un aumento nel 2012 rispetto al 2011 sulle operazioni in essere per crediti a breve e a lungo termine. "La situazione - si legge nel documento - è anche peggiore per le imprese esportatrici in quanto la media dei tassi italiani è superiore a quella dei tassi tedeschi e francesi". Se, poi, si passa nello specifico delle erogazioni di finanziamenti - sempre nel settore privato - non di breve termine, si deduce che "sia il 2012 sia il 2011 presentano tassi di crescita delle erogazioni negativi, con una riduzione media del periodo dell'1,2% a trimestre". Mentre a livello nazionale nello stesso periodo le erogazioni sono rimaste stabili. "Focalizzando l'attenzione sugli aggregati di maggiore



interesse per il sistema delle imprese - si sottolinea - si può notare come analoghi risultati si ottengono sui tassi di crescita di erogazioni e consistenze relative al finanziamento di acquisto di macchinari e mezzi di trasporto in provincia di Salerno. Sia nel 2011 sia nel primo semestre del 2012 erogazioni e consistenze di crediti mostrano andamento negativo". In questo si documenta "un persistente fenomeno di credit crunch in provincia di Salerno" che certamente non consente di intravedere a breve un innalzamento della soglia di circolante nel circuito economico e produttivo. Il fenomeno locale si inserisce in un contesto nazionale che si riassume in cifre a dir poco negative. Uno studio di Unimpresa (25 settembre) spiega che "da giugno 2011 a luglio 2012, lo stock dei finanziamenti concessi dalle banche alle "società non finanziarie" è passato da 489,54 a 417,05 miliardi di euro, con una riduzione del 3,92%. Riguardo i prestiti a 1 anno, si è passati dai 347,69 mld del 2011

ai 340,63 del 2012: vale a dire 7,05 mld in meno a disposizione delle imprese, con una variazione negativa pari al 2,07%". Ancora più profondo il taglio degli impieghi se si guarda la fascia del credito da 1 a 5 anni: "lo stock è sceso a 130,42 mld registrato a luglio 2012 rispetto ai 141,85 del giugno 2011: 11,42 mld in meno in discesa dell'8,76%". È appena il caso, poi, di sottolineare l'aumento del costo del credito: "lo spread caricato dalle banche sull'Euribor a 3 mesi è salito a nuovi record storici (+2,7 punti a marzo, da +1,7 punti a giugno 2011); in particolare lo spread pagato dalle piccole e medie imprese è salito a livelli senza precedenti: +3,9 punti a marzo 2012 rispetto ai +2,2 punti del giugno 2011". Il documento dell'Università di Salerno pone, poi, l'accento su un altro fattore determinante. "(...) La continua erosione della redditività delle imprese industriali crea una sorta di circolo vizioso nel quale si riduce la loro capacità di autofinanziamento e

viene ad aumentare l'importanza di fonti esterne per finanziare investimenti e capitale circolante". Di conseguenza "(...) le difficoltà finanziarie delle imprese si sono riflesse nell'aumento delle inadempienze nel rimborso dei debiti e nella crescita sostenuta del numero dei fallimenti. Il fabbisogno di molte imprese ha continuato a risentire dei forti ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali. In presenza di una durata contrattuale pressoché invariata, l'aumento ha risentito soprattutto dell'ampliamento dei ritardi". Ma è anche vero che "il calo dei prestiti ha riflesso anche la maggiore selettività delle banche. La concentrazione dell'offerta di credito verso le categorie di clientela meno rischiose ha cercato di frenare la crescita delle insolvenze, il cui livello rimane superiore a quello delle altre regioni". "Tuttavia - è scritto ancora nel documento dell'Università di Salerno - nel 2011 lo stock delle sofferenze verso le banche è cresciuto del 18%, con un'incidenza sui prestiti bancari passata dal 25% al 28% circa. Esso ha interessato in misura più accentuata le piccole imprese e quelle caratterizzate da una più fragile condizione economico-finanziaria". Un dato della Banca d'Italia rivela la gravità della situazione: su un campione di circa 7.300 società di capitale con sede in Campania è emerso nel 2011 un calo del credito e un incremento degli spread sui tassi di interesse, più accentuato per le imprese finanziariamente vulnerabili. Insomma, avanti con maglie sempre più strette per prendersi meno rischi possibili.

Ernesto Pappalardo



Lo studio Unioncamere rileva la tenuta dello stock delle imprese femminili

Le imprese "rosa" non cedono alla crisi

CONFIDI
PROVINCE LOMBARDE

*In Campania dati in linea con il quadro nazionale, ma si registra una leggera flessione (-0,05%)
A Salerno (-0,56%) percentuale in calo lievemente più consistente rispetto al contesto regionale*

Le imprese "rosa" risentono meno dei colpi della crisi. Questo il risultato dello studio effettuato dall'Osservatorio dell'imprenditoria femminile di Unioncamere, che negli ultimi 12 mesi ha rilevato una sostanziale tenuta nella dinamica anagrafica delle imprese guidate da donne. Nel periodo esaminato (settembre 2011 - settembre 2012), nel corso del quale lo stock delle imprese italiane si è ridotto di circa trentamila imprese, la riduzione che ha interessato le imprese "rosa" è stata di sole 593 unità (-0,04% rispetto al -0,67% rilevato per le imprese a conduzione maschile), attestando le imprese al femminile al 23,5% del totale delle imprese italiane. In un quadro, quindi, di sostanziale stabilità dell'imprenditoria femminile, spiccano i dati relativi ad alcune regioni dove il fenomeno delle imprese in rosa ha mostrato una certa vitalità. E' il caso, in particolare, del Lazio dove le imprese "rosa" hanno fatto segnare un saldo positivo per 1.149 imprese, seguito da

Sicilia (+873), Toscana (+512) e Lombardia (+342). Il dato relativo alla Campania si attesta nella media nazionale, mostrando una leggera flessione dell'imprenditoria femminile (-75 imprese con una flessione dello



0,05%) anche se, in questo caso, tale decremento è ampiamente compensato dalla crescita dell'imprenditoria maschile (+ 3.512 imprese per un aumento dello 0,86%). Bisogna, co-

munque, considerare come il dato numerico delle imprese femminili in Campania sia pari al 10,4% del totale delle imprese a guida femminile presenti in Italia contro l'8,7% del totale rappresentato da quelle maschili. Sono, infatti, ben 149.396 le imprese femminili attive in Campania al 30 settembre 2012, dato secondo per numero alla sola Lombardia, dove le imprese femminili sono 194.245 e rappresentano il 13,5% del totale nazionale. All'interno del dato campano, quello che fa riferimento al territorio della provincia di Salerno è leggermente più ampio della media regionale, con una variazione percentuale dello stock delle imprese femminili che nel corso del periodo settembre 2011 - settembre 2012 è stata pari a -0,56%, per un saldo negativo di 176 imprese ed un totale di 31.132 imprese femminili. Tornando

al dato regionale, la Campania permane ai primi posti per quanto riguarda il tasso di femminilizzazione, cioè del peso relativo delle imprese femminili sul totale, facendo registrare, sempre al 30 settembre 2012, uno stock del 26,7%, risultato che la pone alle spalle solo di Molise, Basilicata ed Abruzzo. L'Osservatorio dell'imprenditoria femminile di Unioncamere ha anche evidenziato dati regionali meno positivi per l'imprenditoria femminile che hanno riguardato, in particolare, il Piemonte (909 imprese in meno), il Veneto (-697), l'Abruzzo (-444), la Sardegna (-240) e la Basilicata (-239), territori nei quali la contrazione di tali imprese, nel corso del periodo di riferimento, ha ridotto lo stock di imprese "rosa" in maniera più che percepibile. I settori che a livello nazionale hanno mostrato una maggior crescita dell'imprenditoria femminile sono risultati quelli dei servizi di alloggio e ristorazione (+2.877), le altre attività dei servizi (+1.081), le attività immobiliari (+738) e le costruzioni (+711).

I cali più importanti, invece, hanno interessato i settori del commercio (-2.587 unità) e delle attività manifatturiere (-1.521).

Riguardo alla forma giuridica sono le Società di capitale (+5.394 il saldo dei dodici mesi, pari ad una crescita del 2,56%) a confermarsi lo strumento più utilizzato per le donne che scelgono di fare impresa, mentre le imprese individuali, che restano le più numerose in assoluto, mostrano un lieve cedimento (-3.697 unità, pari ad una riduzione dello 0,43% nel periodo considerato).

(Fonte: unioncamere.it del 03.11.12)



Jeep

E U M I

ITALIANAUTO s.r.l.

 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

Indagine Federalberghi. La voglia novembrina di fuga dalla città fa respirare il turismo



Ponte di Ognissanti: 7 milioni in viaggio per sfidare la crisi

In calo vacanzieri (-5%) e fatturato (-6,6%) rispetto al 2011, ma non c'è stata la debacle. Nonostante la contrazione delle spese familiari non si è registrato il paventato crollo

Calano i vacanzieri italiani del "ponte" del 1° novembre e, anche considerando il tempo inclemente, che di certo non ha favorito le gite "fuori porta", il dato negativo anticipato dall'indagine effettuata da Federalberghi, con il supporto tecnico dell'Istituto ACS Marketing Solutions, è stato ampiamente confermato. L'indagine, effettuata dal 22 al 26 ottobre intervistando con il sistema C.A.T.I. (interviste telefoniche) 3.000 italiani, ha evidenziato un calo del 5% del numero dei vacanzieri rispetto allo stesso periodo del 2011 (6,9 milioni che hanno trascorso almeno una notte fuori casa rispetto ai 7,3 milioni dello scorso anno) e del 6,6% del giro d'affari (circa 1,7 miliardi in meno rispetto al 2011). Tra costoro, l'88% (rispetto all'87% del 2011) restano nel Bel Paese, mentre l'8% (rispetto al 10% del 2011) si recano all'estero. Località più gettonate in Italia risultano quelle montane, preferite dal 39% (rispetto al 40% del 2011) dei vacanzieri del "ponte" del 1° novembre, seguite da quelle di mare (24% rispetto al 22% del 2011), dalle località d'arte (20% rispetto al 19% del 2011), dai laghi (3,8% rispetto al 3,9% del 2011) e dalle località termali e di benessere (2,9% rispetto al 5,5% del 2011). Ci sono, poi, un 5,8% dei vacanzieri che preferiscono altre località, legate al paese d'origine. Per chi, invece, ha trascorso il proprio "ponte" all'estero, il 59,8% della domanda complessiva ha riguardato le grandi capitali europee, il 10,6% ha optato per le grandi capitali extra-europee, il 10,2% per le montagne d'oltre confine ed il 9,8% per i mari esotici.



Turisti in fila a piazza San Pietro a Roma

L'indagine Federalberghi evidenzia anche come sia l'albergo la struttura prescelta dal 32,6% dei viaggiatori (rispetto al 32,7% del 2011), seguito dal 29,2% di chi si reca in casa di parenti o amici (rispetto al 27,6% del 2011) e dal 14,9% che usufruisce di una casa di proprietà (rispetto al 12,1% del 2011). In salita, rispetto allo scorso anno, coloro che preferiscono il Bed & Breakfast (scelto dal 6,7% dei vacanzieri rispetto al 4,2% del 2011), in calo, invece, le preferenze per l'agriturismo (5,1% dei viaggiatori rispetto al 7,3% del 2011) e per il campeggio (1,7% rispetto al 2,8% del 2011). Dato importante è quello che riguarda la spesa media pro-capite, comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti, che si attesta a circa 247 euro rispetto ai 251 del 2011 (-1,6%), per un giro d'affari complessivo di 1,71 miliardi di euro, il 6,6% in meno rispetto agli 1,83 miliardi di euro del 2011. La spesa media per chi trascorre

il "ponte" in Italia è di 221 euro (rispetto ai 225 euro del 2011), di 541 euro a persona (rispetto ai 481 euro del 2011) è invece la spesa media di chi sceglie una vacanza oltre confine. Infine, riguardo alla durata media della vacanza, nel corso di questo "ponte" di Ognissanti è di 2,9 notti trascorse fuori casa, in leggero calo rispetto alle 3,2 notti del 2011. Per Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, bisogna, nonostante la negatività dei dati, rilevare che "comunque, nonostante un contesto economico mondiale ancora allarmante, quasi 7 milioni di italiani decidano e possano permettersi di trascorrere alcuni giorni di svago fuori casa, esorcizzando la congiuntura e dando atto al settore di quanto il rapporto qualità-prezzo sia al centro di ogni scelta di spesa da parte del consumatore".

(Fonte: Com. St. www.federalberghi.it del 31.10.12)

**Nel 2013 +20% per i crocieristi
In arrivo a Salerno
150 mila passeggeri**

È stato approvato, nel corso della seduta annuale dell'organo tecnico di programmazione degli Scali delle navi da crociera, presieduto dall'Autorità Portuale, il calendario degli scali per il 2013 nel Porto di Salerno. Confermato il trend di crescita del traffico di navi da crociera e passeggeri di cui, per il prossimo anno, si stima un flusso di circa 150mila passeggeri fra imbarco/sbarco e transito nel Porto Commerciale di Salerno. Complessivamente saranno 79 le navi, con lunghezze fino a 300 ml., che approderanno nello scalo portuale salernitano in un periodo temporale che si estenderà, per la prima volta, dalla primavera fino al mese di dicembre. Di rilievo, anche nel prossimo anno, i gruppi armatoriali che hanno scelto Salerno (MSC, Royal Caribbean Int., Carnival int., Pulmantours cruises, Thomson cruises etc...), confermando il notevole interesse che lo scalo salernitano esercita per gli operatori del turismo internazionale. Nonostante, quindi, i lavori di ammodernamento e potenziamento infrastrutturale in corso nello Scalo salernitano, oltre alla forte ripresa del traffico commerciale, l'incremento del movimento di passeggeri crocieristi nel prossimo anno sarà di circa il 20% rispetto all'anno in corso, dato che, comunque, potrebbe ulteriormente incrementarsi nel caso in cui, essendocene i presupposti, l'Autorità Portuale di Salerno dovesse decidere di autorizzare ulteriori scali.

Web Marketing

Idee, tecnologie ed innovazione



Le nuove frontiere dell'economia digitale aprono nuovi spazi di crescita alle aziende

L'e-commerce? Continua a crescere ma al Sud si procede con molti ritardi

De Giorgio: "Occorrono politiche di marketing e branding chiare ed efficaci"



Nel 2011 l'e-commerce in Italia ha confermato il trend positivo degli anni precedenti, con una crescita del 32% sul 2010 e un valore che ha superato i 18 miliardi euro. I settori con la crescita più significativa rispetto allo scorso anno sono stati i siti di e-commerce multi-prodotto, l'editoria e il tempo libero, in particolare grazie al grande sviluppo delle scommesse. Crescono, anche se in misura meno evidente, moda e arredamento, mentre restano stabili settori più maturi come quello del turismo. Questi i risultati più significativi dell'annuale ricerca sullo stato dell'e-commerce in Italia condotta da Casaleggio Associati sul campione delle 3 mila aziende e-commerce con maggior fatturato in Italia. "Nel 2012 - spiega Davide Casaleggio, Socio fondatore Casaleggio e Associati in un approfondito intervento ("L'e-commerce diventa maggiorenne") pubblicato su milanofinanza.it del 01.05.2012 - l'e-commerce compie 18 anni. L'inizio delle attività e-commerce in Italia è avvenuto infatti nel 1994. Da allora ci sono stati tre momenti importanti di crescita: nel 2000 con il boom delle dot com, nel 2005 con l'ingresso dei retailer che vendono tramite catene distributive tradizionali, e infine negli ultimi due anni con l'avvento di operatori stranieri come Amazon, il boom dei siti di vendite istantanee come Groupon, dei private outlet e dei siti di gioco online come Pokerstars e WilliamHill. Le persone impiegate nell'e-commerce sono in aumento nelle aziende di medie dimensioni. Nelle aziende con fatturato oltre i 5 milioni di euro si registra invece una riduzione del numero medio rispetto allo scorso anno grazie a una maggiore efficienza dei processi. Pressoché stabile il dato relativo alle aziende di dimensioni più piccole

(sotto i 500 mila euro di fatturato, caratterizzate da difficoltà a effettuare investimenti)". Naturalmente le opportunità di crescita del tessuto imprenditoriale nel Mezzogiorno in questo ambito di riferimento sono notevoli. Ma, allora, perché si configura anche in questo caso un ritardo che sarà poi difficile colmare? "Nel Nord Italia, in Europa e maggiormente negli Stati Uniti - spiega Massimo De Giorgio, Ceo di Human Software, azienda con base in provincia di Salerno (Fisciano) - è ormai una tendenza consolidata, quella da parte dei produttori di aprire negozi on-line diretti ai consumatori. In Italia, ed in Campania in particolare, si affronta il tema con gli amministratori ed i direttori commerciali con molta prudenza. Questo modello porta reali benefici economici o rompe semplicemente gli equilibri della forza vendita, rivenditori e partners? La risposta è: se approcciato con politiche di marketing e branding chiare ed efficaci, possono portare un reale beneficio alla presenza del prodotto sul mercato". Quali sono i reali benefici? "Il sito del produttore - analizza De Giorgio - riesce per i propri prodotti a fornire schede tecniche più accurate o a fornire supporto telefonico dedicato. In questo modo rafforza la comunicazione della qualità del prodotto. Solo il produttore può attivare facilmente servizi immediati di personalizzazione dei prodotti e di condivisione dei modelli sui social network.

I numerosi canali di proposizione dei prodotti, in particolare i siti di comparazione prezzi, offrono una grande chance di vendita a prezzi competitivi, mantenendo una marginalità di tutto rispetto. Il rapporto con il consumatore si fa diretto". "Arricchendo il proprio sito con questionari online oppure utilizzando i social network - continua De Giorgio - si riesce ad avere un feedback immediato del gradimento dei propri prodotti e suggerimenti

per il miglioramento continuo. Attraverso azioni di presenza nei principali cataloghi e vendite on line, i propri prodotti subiscono un forte impulso di diffusione maggiore di quello che un rivenditore possa proporre ai consumatori locali. E se le vendite sono calate perché i rivenditori sono stati distratti o attratti da altre categorie merceologiche? La presenza diretta o attraverso reti di relazioni con altri siti affiliati consente di verificare immediatamente la risposta del mercato ad un nuovo prodotto o promozione". Resta in ogni caso il problema di promuovere e comunicare una modalità di vendita che "culturalmente" è ancora lontana dai canali commerciali tipici del Sud. "I benefici - risponde De Giorgio - possono essere tanti ma dobbiamo tenere conto che per molte aziende salernitane, la modalità di vendita consolidata è ancora quella che passa attraverso la rete distributiva. In questi casi, sarebbe bene che il produttore, che non ritiene affrontabile la sfida del "diretto al consumatore", consolidasse i canali di informazione dati (B2B, EDI) per far sì che la filiera comunichi non solo nel senso produttore - rivenditore/distributore ma anche viceversa in modo che si abbiano dei "ritorni" di informazione dal mercato (analisi delle vendite, questionari del consumatore). Le attuali tecnologie basate su protocolli standard e le aziende di informatiche (quelle che si sono mantenute aggiornate!), riescono con poco sforzo a realizzare questi flussi, a differenza di qualche anno fa che tutto ciò richiedeva un grosso investimento di tempo e denaro. Non resta che focalizzare la strategia commerciale e marketing in modo da cogliere le importanti opportunità fornite dalle autostrade digitali".

(red. Ict)





EcoBioNews



Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Il settore primario si conferma in controtendenza rispetto agli altri comparti produttivi Incremento record per i lavoratori agricoli

*Coldiretti: +10,1% per i dipendenti, trend in crescita anche nel Mezzogiorno (+3,5%)
Risultano in aumento (+4,2%) le imprese individuali condotte da giovani under 30*

E' l'agricoltura il settore che fa registrare il maggiore aumento del numero di lavoratori dipendenti con un incremento record del 10,1 per cento, dato che è in netta controtendenza con l'andamento generale. A dirlo è una analisi effettuata da Coldiretti divulgata in occasione della diffusione dei dati Istat su occupati e disoccupati in Italia a settembre 2012 e relativa al secondo trimestre dell'anno. Coldiretti ha evidenziato che, oltre all'aumento dei lavoratori dipendenti (+10,1%), l'incremento ha interessato, anche se in misura più contenuta (+2,9%), anche il numero dei lavoratori indipendenti, segnale di un settore che esercita, sempre di più, interesse per chi vuole intrapren-

dere una attività imprenditoriale. Prosegue, quindi, un trend in crescita per il settore che, sebbene registri un lieve calo nel Centro Italia (-3,2%), evidenzia notevoli incrementi al Nord (+13,7%) e, in misura più ridotta, al Sud (+3,5%). "In agricoltura il lavoro c'è sia per chi vuole seriamente intraprendere con iniziative innovative, come dimostra l'aumento del 4,2 per cento nel



numero di imprese individuali condotte da under 30 nel secondo trimestre dell'anno, sia anche per chi chiede possibilità di occupazione", ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che "non si tratta di un fatto marginale, ma di una opportunità, per molti disoccupati, immigrati, donne e giovani, che è in grado di garantire valore economico, ambientale e di sicurezza alimentare all'intera società". Ed infatti,

per la prima volta da dieci anni a questa parte, risultano in aumento nel numero, nel secondo trimestre del 2012, le imprese individuali iscritte alle Camere di Commercio condotte da giovani agricoltori (+4,2 per cento), mentre anche le aperture di nuove aziende agricole hanno superato leggermente le chiusure, con la presenza, nel secondo trimestre 2012, di 824.516 aziende agricole registrate negli elenchi delle Camere di Commercio. Sono 62mila le imprese attive condotte da giovani con meno di 30 anni e, secondo un sondaggio Coldiretti/Swg, tale numero potrebbe crescere consistentemente se si considera che la metà dei giovani

tra i 18 ed i 34 anni mostra di preferire la gestione di un agriturismo piuttosto che il lavoro di impiegato in banca (23 per cento) o presso una multinazionale (19 per cento). Ciò nonostante la ancora non adeguata redditività dell'agricoltura italiana sulla quale incidono negativamente, ha sottolineato Coldiretti, i bassi prezzi pagati alle imprese agricole per effetto dello strapotere contrattuale degli altri soggetti della filiera, ma anche la concorrenza sleale dovuta alla mancanza di trasparenza nell'informazione ai consumatori che permette di spacciare come Made in Italy prodotti importati.

(Fonte: www.coldiretti.it)



Istat. Previsioni 2013 L'export non basta Pil in calo (-0,5%)

Sarà del 2,3% la riduzione del prodotto interno lordo (Pil) italiano nel 2012, mentre per il 2013, nonostante l'attenuazione degli impulsi sfavorevoli ed un moderato recupero dell'attività economica nel secondo semestre, la variazione media annua rimarrà ancora leggermente negativa facendo segnare un -0,5%. Queste le stime rese note dall'Istat e pubblicate all'interno del documento "Le prospettive per l'economia italiana nel 2012-2013". Secondo l'Istat, se da un lato la domanda

estera netta risulterebbe, in entrambi gli anni, la principale fonte di sostegno alla crescita, con un contributo rispettivamente pari a 2,8 e a 0,5 punti percentuali nei due anni considerati, dall'altro rimarrà fortemente negativo il contributo della domanda interna al netto delle scorte con -3,6 punti percentuali nel 2012 e -0,9 punti percentuali nel 2013. La spesa privata, in contrazione, quest'anno, del 3,2%, risulterebbe ancora in calo anche nel 2013 (-0,7%) per effetto delle persistenti difficoltà sul mercato del lavoro e della debolezza dei



redditi nominali. Ancora bassa permane la probabilità di un ritorno agli investimenti per le imprese a causa della caduta dei margini di profitto, dei bassi livelli di capacità utilizzata e delle difficoltà dal lato della domanda. Rilevante anche l'incremento del tasso disoccupazione che, si prevede, raggiungerà quest'anno il 10,6% e, nonostante il miglioramento delle condizioni economiche generali atteso nella seconda parte del 2013, proseguirà la sua crescita anche nel 2013 (11,4%), a causa del contrarsi dell'occupazione, fenomeno a cui si dovrebbe accompagnare un aumento dell'incidenza della disoccupazione di lunga durata. Inoltre, il quadro potrebbe ulteriormente risentire del rallentamento del commercio mondiale e del possibile riacutizzarsi delle tensioni sui mercati finanziari, ipotesi che costituiscono importanti fattori di rischio al ribasso delle previsioni espresse.

(Fonte: Com. St. www.istat.it del 05.11.12)