

Arzano: "Più risorse per la filiera dei beni culturali"

"L'indagine sulla filiera dei beni culturali presenti in provincia di Salerno fa emergere, anche per quest'ambito, la scarsa propensione delle nostre imprese ad aggregarsi ed a fare rete per sfruttare al meglio le enormi potenzialità presenti sul nostro territorio. In tal senso l'Ente Camerale ha da tempo avviato una serie di strategie per attivare e reperire risorse con l'obiettivo di stimolare dinamiche aggregative e positive, ad esempio tramite la creazione di un fondo mobiliare dedicato alla costruzione di reti anche nel settore turistico-culturale, mentre la collaborazione con la Fondazione Carisal, con il progetto "Invest in Salerno", può certamente contribuire all'attrazione di capitali nella nostra provincia". Il presidente della Camera di Commercio di Salerno Guido Arzano rilancia il tema della necessità di attivare nuovi strumenti per recuperare risorse da investire in un settore cruciale come quello dei beni culturali.



Guido Arzano

continua a pag.3

L'intervista. L'anticipazione del Presidente Gianluigi Cassandra

"L'Asi è pronta ad attivare l'agenzia per attrarre capitali"

"E' una scelta strategica per lo sviluppo del territorio Occorre mobilitarsi subito per reperire nuove risorse"

"Ogni territorio in questo momento ha davanti a sé due prospettive: aspettare che il ciclo economico riparta e, quindi, provare a mantenere accesi i motori dell'apparato produttivo ricorrendo per quanto possibile ad ammortizzatori sociali e ad altri interventi di sostegno di breve periodo, oppure mettersi in gioco provando a valorizzare tutte le potenzialità di cui dispone per attrarre capitali. Non c'è dubbio che la seconda ipotesi sia quella più responsabile e sensata nella prospettiva di ritornare a crescere strutturalmente". Gianluigi Cassandra, presidente del Consorzio per l'Area di Sviluppo Industriale di Salerno (Asi) è convinto che la strada passi inevitabilmente per "la creazione di un'agenzia provinciale che si occupi di "vendere" il "prodotto-territorio", snellendo la macchina burocratica e, soprattutto, rendendo disponibili suoli e programmi funzionali a chi ha in mente di attivare iniziative economiche e produttive da queste parti". Presidente, l'idea non è nuovissima. Se ne è parlato tante volte a Salerno. Anzi, pare che anche altri Enti ed



Gianluigi Cassandra

Amministrazioni ci stiano pensando operativamente.

"Certamente è così. Non conosco esattamente i progetti di cui lei parla, ma il mio è un segnale chiaro e preciso: bisogna uscire da una sorta di immobilismo tecnocratico, è il momento di approfondire il massimo sforzo per immettere linfa vitale nel tessuto dell'economia provinciale. Non scopriamo oggi il trend di deser-

tificazione industriale in atto da anni. Siamo tutti consapevoli che senza un manifatturiero diffuso e sostenibile, competitivo e compatibile con la salvaguardia ambientale, non possiamo ridare ossigeno alle dinamiche di creazione di reddito e ricchezza diffusa".

[L'intervista completa di Ernesto Pappalardo a pag.2](#)

Inserto Speciale Web Marketing

Con un clic i prodotti a Km Zero arrivano agli chef

servizio a pagina 5



Massimo De Giorgio Human Software

Inserto Speciale EcoBioNews

Alle aziende del Sud piace il biologico

servizio a pagina 6



Il progetto del Consorzio per l'Area di Sviluppo Industriale di Salerno



Cassandra: "Ora l'agenzia per l'attrazione di capitali"

Il Presidente Asi: "Occorre mobilitarsi per reperire più risorse" "E' il momento della massima collaborazione tra tutti gli Enti"

"Ogni territorio in questo momento ha davanti a sé due prospettive: aspettare che il ciclo economico riparta e, quindi, provare a mantenere accesi i motori dell'apparato produttivo ricorrendo per quanto possibile ad ammortizzatori sociali e ad altri interventi di sostegno di breve periodo, oppure mettersi in gioco provando a valorizzare tutte le potenzialità di cui dispone per attrarre capitali. Non c'è dubbio che la seconda ipotesi sia quella più responsabile e sensata nella prospettiva di ritornare a crescere strutturalmente". Gianluigi Cassandra, presidente del Consorzio per l'Area di Sviluppo Industriale di Salerno (Asi) è convinto che la strada passi inevitabilmente per "la creazione di un'agenzia provinciale che si occupi di "vendere" il "prodotto-territorio", snellendo la macchina burocratica e, soprattutto, rendendo disponibili suoli e programmi funzionali a chi ha in mente di attivare iniziative economiche e produttive da queste parti".

Presidente, l'idea non è nuovissima. Se ne è parlato tante volte a Salerno. Anzi, pare che anche altri Enti ed Amministrazioni ci stiano pensando operativamente.

"Certamente è così. Non conosco esattamente i progetti di cui lei parla, ma il mio è un segnale chiaro e preciso: bisogna uscire da una sorta di immobilismo tecnocratico, è il momento di approfondire il massimo sforzo per immettere linfa vitale nel tessuto dell'economia provinciale. Non scopriamo oggi il trend di desertificazione industriale in atto da anni. Siamo tutti consapevoli che senza un manifatturiero diffuso e sostenibile,

competitivo e compatibile con la salvaguardia ambientale, non possiamo ridare ossigeno alle dinamiche di creazione di reddito e ricchezza diffusa".

Lei è convinto, quindi, che il teorema ambiente-turismo-servizi non può bastare?

"Nessuna economia solida, nessun sistema di sviluppo locale come quello salernitano – articolato in 158 Comuni e con una popolazione al di sopra di un milione di abitanti – può pensare di fare a meno dell'industria in senso stretto. E' un discorso che vale per la provincia di Salerno come per il Mezzogiorno e l'Italia intera. Siamo in piena competizione tra territori e, quindi, non si può continuare ad assumere un atteggiamento di attesa, passivo rispetto ad un mercato dei capitali che sceglie le convenienze strutturali, ambientali, infrastrutturali. E sceglie anche la qualità della vita che un luogo esprime".

Può entrare nel merito di questo ragionamento?

"Voglio sottolineare che se riusciamo a rendere le aree industriali più attrattive dal punto di vista dei servizi e dei collegamenti alla rete logistica ferroviaria-gomma-mare – ed è inutile ribadire che è indispensabile un aeroporto adeguato anche dal punto di vista del traffico cargo – siamo in grado di proporre un "plus" in termini di habitat complessivo che può fare la differenza. Insomma, non manca alcun elemento per indurre grandi imprese anche internazionali a scegliere la provincia di Salerno per localizzare i propri investimenti produttivi trasferendo ovviamente anche manager e competenze professionali necessarie alla start up dell'opera-



Gianluigi Cassandra

zione".

E che cosa diventa, quindi, prioritario fare al più presto?

"Non possiamo stare ad aspettare che i capitali ci piovano addosso. Penso ad un solo sportello operativo – in sinergia con la Camera di Commercio e gli altri Enti che vogliono starci: Provincia e Comuni prima di tutto – dove sia possibile attivare e portare a termine tutti i percorsi burocratici necessari all'avvio di un'attività produttiva. Ma questo non basta".

A che cosa altro pensa?

"Penso semplicemente alla creazione di un vero e proprio "catalogo" digitale dell'offerta di siti industriali, opportunità di investimento e di joint venture pubblico-private, anche ricorrendo a strumenti finanziari dedicati all'attrazione di capitali attraverso partecipazioni ben finalizzate. In questo ambito, per esempio, la Fonda-

zione Carisal è già al lavoro con il progetto "Invest in Salerno" sul modello di quanto si fa in città come Milano".

E perché, se gli intenti sono abbastanza concordi, non si riesce a partire?

"Guardi, per la prima volta vedo in giro un'atmosfera diversa anche nelle associazioni di categoria con le quali la collaborazione è ottima. Credo che occorra accelerare. Come Asi siamo pronti a varare in poco tempo una delibera di indirizzo programmatico proprio per esplorare tutte le possibilità di costituire l'agenzia di attrazione di investimenti e capitali in provincia di Salerno al più presto possibile. E' in questo modo che si può concepire un programma di marketing territoriale che non si limiti a qualche campagna promozionale e poco altro: meglio convogliare le esigue risorse disponibili in questa direzione, coordinandosi, naturalmente, con tutti gli altri organismi già operativi a livello nazionale e regionale in questo specifico ambito di azione".

E la politica, le istituzioni?

"Dovranno essere della partita. Qui non stiamo chiedendo risorse, ma semplicemente collaborazione tecnico-amministrativa. E, per una volta, non si potrà tutto ridurre ad una questione di "paternità" politica. Non è più il tempo di mettere il cappello sulle cose che si devono fare. Adesso è il momento di evitare l'avanzata del deserto delle industrie che non ci sono più. Sono in ballo l'identità produttiva della provincia di Salerno per i prossimi decenni e migliaia di posti di lavoro che stanno per scomparire o sono già, purtroppo, spariti".

Ernesto Pappalardo



L'analisi dell'Osservatorio Economico Provinciale-Istituto Tagliacarne

Guido Arzano: "Più risorse per la filiera dei beni culturali"



*"Allo studio l'attivazione di un fondo mobiliare per attrarre investimenti"
"Grandi attrattori e circuito dell'accoglienza vanno messi subito in rete"*

"L'indagine sulla filiera dei beni culturali presenti in provincia di Salerno fa emergere, anche per quest'ambito, la scarsa propensione delle nostre imprese ad aggregarsi ed a fare rete per sfruttare al meglio le enormi potenzialità presenti sul nostro territorio. In tal senso l'Ente Camerale ha da tempo avviato una serie di strategie per attivare e reperire risorse con l'obiettivo di stimolare dinamiche aggregative e propositive, ad esempio tramite la creazione di un fondo mobiliare dedicato alla costruzione di reti anche nel settore turistico-culturale, mentre la collaborazione con la Fondazione Carisal, con il progetto "Invest in Salerno", può certamente contribuire all'attrazione di capitali nella nostra provincia". Il presidente della Camera di Commercio di Salerno Guido Arzano rilancia il tema della necessità di attivare nuovi strumenti per recuperare risorse da investire in un settore cruciale come quello dei beni culturali e della filiera ad esso collegato. "In questo contesto - dice ancora Arzano - siamo convinti che una delle direttrici di marcia fondamentali possa essere quella della realizzazione di un parco tematico in ambito archeologico e artistico nella piana del Sele: riteniamo che in questo modo si possano cogliere le ricadute positive di uno dei principali attrattori del turismo culturale nel sud come i Templi di Paestum". L'occasione per fare il punto della situazione in un segmento del sistema economico provinciale così rilevante l'ha fornita la presentazione dell'ultima rilevazione effettuata dall'Ente Camerale nell'ambito delle attività previste dall'Osservatorio Economico Provinciale in collaborazione



Guido Arzano, Antonio Ilardi e Cortese (Tagliacarne)

con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne. Secondo le stime elaborate dal Tagliacarne, la provincia di Salerno si posiziona soltanto a metà classifica tra le province italiane per contributo economico della filiera culturale al pil (dove per filiera culturale si intende il sistema integrato dei beni culturali, comprensivo dei comparti "core" - Beni e attività culturali e Industrie culturali - e della filiera collegata in modo indiretto alla cultura - Enogastronomia tipica, Architettura ed edilizia di riqualificazione, Produzioni artigiane, Turismo). Il sistema culturale salernitano rappresenta, comunque, una parte significativa della produzione di ricchezza e occupazione della provincia, equivalente al 16,2% del valore aggiunto e al 19,1% del totale degli occupati (oltre 65 mila addetti), e coinvolge il 28,5% del totale delle imprese attive (oltre 21 mila unità). Il ruolo di gran lunga principale, però, è da attribuirsi alla filiera indirettamente collegata ai beni culturali, sia in termini di numerosità imprenditoriale che di valore aggiunto creato e personale impiegato, mentre il "core" culturale provinciale ha un peso inferiore alla media nazionale. In particolare, al confronto con la filiera culturale italiana, i comparti che specializzano la provincia di Sa-

lerno sono il turismo e i servizi collegati e la produzione e commercializzazione di specialità enogastronomiche e prodotti tipici alimentari. La provincia di Salerno mostra dunque di mettere bene a frutto il proprio capitale culturale in attività economiche tradizionali e diffuse sul territorio, incentrate sulle produzioni tipiche e artistiche e sulle attività di ristorazione e ospitalità ma solo indirettamente collegate ai beni culturali; all'opposto, le attività più innovative e creative, direttamente connesse al patrimonio e all'industria culturale, sembrano avere un peso ancora secondario sul tessuto produttivo locale.

Questa osservazione trova conferma anche nei risultati dell'indagine condotta presso un campione di 200 imprese del sistema culturale salernitano. La maggior parte di queste non sembra, infatti, pienamente consapevole di partecipare alla produzione di beni, contenuti e servizi culturali: in media, esse attribuiscono ad attività di valorizzazione del patrimonio culturale meno della metà del loro fatturato (44,5%) e il 17% del personale, quote che

scendono rispettivamente al 33,0% e al 13,4% per il core culturale.

La propensione delle imprese del sistema culturale salernitano a fare rete e a intessere relazioni con altri enti, pubblici o privati, appare ancora contenuta, soprattutto in termini di rapporti aggregativi formalizzati, come le reti di impresa (solo il 6% del campione afferma di far parte di una rete, oltre a un 3% che sarebbe interessato).

Del resto sostenere e valorizzare con politiche adeguate e azioni mirate la filiera culturale significa puntare, per lo sviluppo economico provinciale, su un settore in espansione: dalle stime sul valore aggiunto, emerge che tra 2001 e 2009 il sistema culturale integrato della provincia di Salerno registra una crescita (+4,1% medio annuo) più sostenuta di quella dell'economia provinciale nel suo complesso (+3,5%) e di quella del settore culturale nazionale (+2,1%).

(Fonte: com. stampa Ccisia Salerno del 22.10.2012)

Una veduta aerea dei templi di Paestum



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

Nel corso dell'assemblea annuale diffusi i dati relativi alla flotta tricolore



Confitarma: E' necessario il Ministero del Mare

Il Presidente D'Amico: "Se non è possibile, si ripristini il Dipartimento per i Trasporti Marittimi"
Undicesima posizione nella graduatoria delle flotte mondiali e 37 miliardi investiti in dieci anni

E' stata un'analisi a tutto campo quella svolta da Paolo D'Amico, presidente di Confitarma (Confederazione Armatori Italiani) nel corso dell'Assemblea annuale della Confederazione svoltasi nei giorni scorsi a Roma. Nel corso della sua relazione D'Amico ha voluto sottolineare come, nonostante la difficile congiuntura economica, "gli armatori italiani hanno dimostrato di saper competere e di continuare a sviluppare la flotta", risultato ottenuto soprattutto "grazie ad uno straordinario strumento di crescita: il Registro internazionale."

I numeri che testimoniano il positivo stato di salute dell'armamento italiano sono stati enunciati dallo stesso D'Amico: "dal 1998, con l'introduzione del Registro internazionale, la flotta italiana è più che raddoppiata: 19 milioni di tonnellate di stazza lorda, 80.000 addetti diretti e 110.000 nell'indotto, 37 miliardi di euro investiti in dieci anni in Italia e all'estero, una flotta che per il 67% ha meno di 10 anni ed ha raggiunto l'undicesima posizione nella graduatoria delle principali flotte mondiali conquistando la leadership nel settore dei traghetti, delle crociere e delle chimichiere". Decisiva, quindi, l'introduzione del Registro internazionale che si è rivelato un perno imprescindibile per l'applicazione di un complesso sistema di regole e procedure, anche se, ha aggiunto il presidente di Confitarma, "può ancora essere migliorato a costo zero attraverso una rinnovata "stagione di ammodernamento e semplificazione delle regole".

Fortemente il riferimento ad una stagione di ammodernamento che contrasti in modo efficace l'attuale peso della burocrazia, con alcuni esempi pratici, a



costo zero, che sono stati elencati da D'Amico quali il ricorso alla delega agli organismi riconosciuti per le visite di sicurezza e radio all'estero, l'adeguamento delle farmacie di bordo alle reali esigenze degli equipaggi e dei passeggeri a bordo delle diverse tipologie di navi, il rendere operativa la banca dati naviglio ed adottare al più presto le norme a costo zero relative al regime amministrativo delle navi. Rinovata da Confitarma anche la richiesta di un Ministero del Mare che, ha sottolineato D'Amico, "se proprio non è possibile, venga almeno ripristinato un Dipartimento per i trasporti marittimi".

Particolare attenzione è stata rivolta anche all'argomento "pirateria", contro la quale la legge n. 130 dell'agosto 2011 costituisce il cardine, ma che andrebbe completata con il decreto attuativo per consentire l'impiego di team privati armati a bordo delle navi italiane quando non siano disponibili o non sia possibile imbarcare i Nuclei Militari di Protezione.

"L'Italia non può rimanere indietro -

ha concluso sull'argomento Paolo D'Amico - gran parte della nostra flotta potrebbe cambiare bandiera solo per la mancanza di un provvedimento amministrativo a costo zero!". Riguardo al cabotaggio, il Presidente di Confitarma ha sottolineato come, a causa di una carenza della norma comunitaria che nel 1999 ha liberalizzato i traffici del cabotaggio dei Paesi Ue, le Amministrazioni competenti non sono in grado di attivare controlli per verificare la effettiva genuinità di operatori extracomunitari che entrano nei nostri traffici domestici.

Ribadita da D'Amico, infine, la totale contrarietà dell'armamento alla richiesta avanzata da alcune Autorità portuali di ampliare la propria competenza in materia di determinazione tariffaria e di organizzazione dei servizi tecnico-nautici di ormeggio, pilotaggio e rimorchio, perché ciò significherebbe "il venir meno dell'indispensabile garanzia di una applicazione omogenea a livello nazionale sia dei meccanismi tariffari che delle condizioni di sicurezza operativa strettamente legati a tali servizi".

Gesac: Con le gare on line tempi stretti e più trasparenza

Cresce la competitività dell'Aeroporto Internazionale di Napoli che, attraverso l'accordo tra Gesac, gestore dello scalo, e BravoSolution, può usufruire di un portale telematico in grado di gestire le gare d'appalto in integrazione con l'albo fornitori.

A un anno dalla sua attivazione lo scalo aeroportuale napoletano riesce a trattare il 90% degli acquisti totalmente on line, con oltre 150 gare già svolte nel rispetto della normativa pubblica che regola gli acquisti dei così detti "settori speciali".

In crescita anche l'efficienza, con una riduzione dei cosiddetti "tempi di attraversamento", soprattutto per le gare ad invito e sottosoglia, stimabile nel 50% rispetto ai processi tradizionali. Riflessi positivi si denotano anche nel rapporto qualità/prezzo degli acquisti, dati dalla possibilità di invitare alle gare un notevole numero di fornitori con conseguente comparazione delle offerte per un risparmio complessivo medio intorno al 25%. Inoltre, attraverso processi totalmente tracciabili, si è raggiunto l'obiettivo di una piena trasparenza e di effettive pari opportunità per tutti i fornitori.

Il portale, sviluppato in meno di 6 settimane, dopo appena un 1 mese era già autonomamente utilizzato dalla Gesac.

(Fonte: www.infomazioni-marittime.it del 15.10.12)

Web Marketing

Idee, tecnologie ed innovazione



La filiera agroalimentare diventa un'autostrada digitale

Con un clic i prodotti a Km Zero arrivano nella cucina degli chef

Sempre più aziende ricorrono alla comunicazione in rete "mobile"



Massimo De Giorgio
Human Software

Negli Stati Uniti i ristoranti di New York, New Jersey e Connecticut possono approvvigionarsi di prodotti agricoli con pochi clic attraverso il sito www.farmer-sweb.com.

Il sito, nato dall'idea di Dean Sparks, un quarantenne agricoltore che per anni ha venduto le sue uova biologiche, latte e formaggi alla grande distribuzione, consente ai farmers di presentare i propri prodotti e consentire l'ordine da parte degli chef attivando, quindi, un processo che garantisce l'origine, la velocità di ordinazione, senza carte/fax, e la comodità grazie alla consegna presso il ristorante o il ritiro al market.

Ottima idea per un reale "Km 0", chissà se nelle nostre tante imprese agricole si riesca a portare avanti un gruppo di aziende che vogliano mettersi in gioco con nuovi processi di vendita. Importanti, sotto questo aspetto, le iniziative promosse sul territorio dalle aziende impegnate nell'It, in particolare anche per quanto riguarda le enormi possibilità concesse dalle applicazioni per ambienti "mobile".

"Tocca a noi, alle imprese impegnate sul terreno dell'innovazione tecnologica - spiega Massimo De Giorgio, alla guida dell'azienda salernitana "Human Software" - portare sul mercato soluzioni efficaci ed

innovative, ma soprattutto convincenti anche sotto il profilo della spesa. Già da un anno, per esempio, abbiamo intrapreso un percorso di formazione per i nostri programmisti sviluppatori affinché possano realizzare al meglio applicazioni di business per i nuovi ambienti mobile". "Siamo arrivati - continua De Giorgio - al "cambio di prospettiva": oggi, tutta la fase di ideazione e progettazione per i nostri clienti, parte dai dispositivi "mobile" per poi coprire anche la fascia tradizionale (desktop, notebook). Questo consente alle imprese di entrare da subito, in modo semplice ed efficace, con i propri utenti e clienti, nel mondo delle applicazioni dedicate. L'approccio progettuale, inoltre, risulta molto più rapido ed economico grazie ai nuovi ambienti di sviluppo e distribuzione che vengono utilizzati dal nostro team". Ma come reagiscono le aziende rispetto alla proposizione di nuove soluzioni tecnologiche? De Giorgio sottolinea come molto "dipenda dalle soluzioni che vengono elaborate per soddisfare le esigenze delle imprese, anche se va fatto a priori un lavoro di "formazione culturale" in grado di evidenziare le enormi potenzialità legate all'evoluzione delle "reti" di comunicazione disponibili".

La grande diffusione che questi dispositivi "mobile"

hanno raggiunto nel mondo dei "consumer" ha reso economica la fase di start up e di education del cliente: una persona di qualunque età, riesce ad utilizzare meglio un iPhone o un iPad che un computer tradizionale.

"Quando un imprenditore o un "It" manager decide di "cambiare prospettiva" - specifica De Giorgio - si trova davanti ad un "grande" dubbio: quale piattaforma scegliere? Anche in questo caso è determinante la qualità professionale dell'azienda che sviluppa la soluzione. Le esperienze degli ultimi anni ci hanno insegnato che il mercato "It" ha una velocità di mutazione eccezionale.

Partendo dal presupposto che come azienda impegnata nella ricerca costante di soluzioni innovative abbiamo l'obbligo di offrire la possibilità ai nostri clienti di non rimanere indietro, stiamo sviluppando le applicazioni in modo "fluid" per tutte le situazioni operative che si possano presentare all'utente". "Siamo consapevoli che questa rivoluzione - conclude De Giorgio - non è alla portata di tutti a causa della scarsa propensione ad affrontare un cambiamento così radicale e così rapido, ma bisogna provarci. Altrimenti rimarremo drammaticamente indietro".

La fattura? Più sicura se viaggia per e-mail con la posta certificata

Nella tempesta di decreti, leggi e tasse, merita l'attenzione di questo spazio dedicato alla innovazione l'applicazione, dal 24 ottobre u.s., dell'articolo 62 del D.L. n. 1/2012 che riguarda tutte le aziende della filiera agroalimentare. Secondo quanto previsto dall'articolo 5 del decreto (termini di pagamento e di fatturazione), i termini di pagamento previsti dall'articolo 62 del D.L. n. 1/2012 (di 30 e 60 giorni) decorrono dall'ultimo

giorno del mese di ricevimento della fattura. C'è grande fermento in questi giorni perché la data di riferimento (data di ricevimento della fattura), nel caso di contestazione di pagamento (così frequente in periodi di crisi), è validamente certificata solo nel caso di: consegna della fattura a mano; invio a mezzo di raccomandata con ricevuta di ritorno; invio a mezzo Posta Elettronica Certi-



ficata (PEC); impiego del sistema EDI (Electronic Data Interchange) o altro mezzo equivalente. Eliminati i primi due casi, troppo costosi per l'azienda, non rimane che attivare gli strumenti digitali come la Posta Elettronica Certificata, adatta per i piccoli operatori, o, per la grande distribuzione, lo scambio dati in formato elettronico (EDI). L'attivazione di tale processo è moderatamente semplice, soprattutto se portata avanti da professionisti esperti. Una innova-

zione "forzata", quindi, ma che porta enormi benefici, come eliminazione di comunicazioni via fax o mail informali, incertezza della ricezione dei documenti.



EcoBioNews



Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Istat. I dati del censimento riservato a questo tipo di imprese confermano il trend Alle aziende del Sud piace il biologico

*La dimensione media delle superfici non "convenzionali" si estende su almeno diciotto ettari
Sicilia, Calabria e Puglia le regioni dove è localizzato maggiormente questo tipo di coltivazione*

Dai dati del 6° Censimento generale dell'agricoltura, focus dell'Istat sulla struttura delle aziende biologiche e di quelle con produzioni certificate Dop (Denominazione di Origine Protetta) e/o Igp (Indicazione Geografica Protetta). Sono 45.167 le aziende che al 24 ottobre 2010 risultano adottare metodi di produzione biologica per coltivazioni o allevamenti. Esse rappresentano il 2,8% delle aziende agricole totali. Di queste, 43.367 aziende applicano il metodo di produzione biologico sulle coltivazioni (2,7% delle aziende in complesso con Sau) mentre 8.416 lo adottano per l'allevamento del bestiame (3,9% delle aziende in complesso con allevamenti). Sono invece 6.616 aziende quelle che utilizzano metodi di produzione biologica sia per le coltivazioni sia per gli allevamenti. Il 62,5% delle aziende biologiche è attivo nel Sud e nelle Isole. Qui si concentra anche il 70,9% della superficie biologica complessiva.

In particolare, la Sicilia è la regione dove si conta il maggior numero di aziende biologiche (7.873 unità); seguono la Calabria con 6.769 aziende e la Puglia, con 5.295. La dimensione media della superficie biologica delle aziende interessate è di 18 ettari, notevolmente superiore a quella delle aziende in complesso (convenzionali e biologiche), per le quali il valore

medio è pari a 7,9 ettari di Sau. In Sardegna, con una media di 43,8 ettari di superficie biologica ad azienda, si registrano le dimensioni unitarie più elevate; seguono Basilicata (23,7 ettari) e Puglia (22,8 ettari). Le maggiori superfici biologiche investite riguardano i cereali da granella (oltre 223 mila ettari), seguiti dai prati permanenti e pascoli, esclusi i pascoli magri (oltre 172 mila ettari). Per questi due gruppi di colture le maggiori superfici biologiche sono localizzate rispettivamente in Basilicata (44.277 ettari, pari al 19,8% della superficie biologica complessiva nazionale investita a cereali da granella) e in Sicilia (43.725 ettari, ovvero il 25,3% della superficie biologica complessiva nazionale occupata da prati permanenti e pascoli). In Calabria si registra la maggiore percentuale di superficie coltivata con metodo biologico rispetto alla Sau complessiva (17,7%).

Le aziende che alla data del 24 ottobre 2010 hanno coltivazioni e/o allevamenti certificati Dop/Igp sono 180.947, l'11,2% delle aziende agricole totali.

Questo valore comprende anche le aziende che producono uva per la produzione di vini Doc/Docg. Come per il settore biologico, la maggior parte delle aziende Dop/Igp investe su coltivazioni (152.012 unità, pari al



9,4% delle aziende in complesso con Sau). Le aziende con allevamenti certificati sono 31.254 (14,4% delle aziende in complesso con allevamenti).

Oltre un terzo (35,5%) delle aziende Dop/Igp risulta localizzato nella ripartizione geografica del Nord-est. In particolare è il Veneto la regione in cui questa tipologia è più diffusa (24.524 unità); seguono Toscana

(16.672), Emilia-Romagna (15.413) e Piemonte (15.322).

Le maggiori superfici investite in coltivazioni certificate interessano la vite (oltre 320 mila ettari). Per questa coltura le maggiori superfici Dop/Igp sono localizzate in Veneto (56.042 ettari, pari al 17,5% della superficie Dop/Igp complessiva nazionale investita a vite).

(Fonte: Com. St. Istat del 18.10.12)

Coldiretti, consumi: meno carne e più pasta nel 2012

Presentato, nel corso del Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione, organizzato dalla Coldiretti a Villa d'Este di Cernobbio, lo studio "La crisi taglia la spesa degli italiani", realizzato da Coldiretti sulla base dei dati relativi ai primi nove mesi del 2012, elaborati da Coop Italia. I risultati dell'analisi confermano come la crisi abbia inciso notevolmente sulle abitudini di spesa e,

quindi, sui consumi degli italiani. Ridotti gli acquisti di carne (-5,5%), pesce (-1%) e ortofrutta (-0,9%), crescono quelli relativi a pasta (+3,6%) e pane (+1,3%). Il ritorno al "fai da te" sospinge anche il consumo di farina (+8,3%), uova (+5,3%), burro (+2,8%), fette biscottate (+5,9), caffè macinato (+3,3), miele (+1,9) e marmellate (+0,9), mentre vengono inesorabilmente tagliati gli acquisti relativi a caramelle (-7%), cioccolato (-3,4%), bibite (-2,2), merendine (-3,8) e dessert (-12,1), segnale inequivocabile anche di una crisi della tradizionale usanza della colazione al bar a favore di quella fatta in casa propria. Ma anche pranzi e cene, secondo lo studio, subiscono una brusca frenata a favore di momenti conviviali da trascorrere tra le mura domestiche, scelta testimoniata dalla crescita degli acquisti di olio d'oliva (+6,8%) e vini tipici (+1,5%).

(Fonte: coldiretti.it)

