



CONFINDUSTRIA

Marche | Ancona | Ascoli Piceno | Fermo | Macerata | Pesaro Urbino

Rassegna stampa

Rassegna stampa UIF

28/07/2017

La Selezione Stampa che state consultando e' una estrapolazione delle informazioni presenti nel Servizio "Press Release" del Sistema Infodata (<http://www.sistemainfodata.it>).

Per ogni necessita' potete inviare una e-mail a: staff@sistemainfodata.it

Grazie per aver scelto Infodata.

Realizzato da

INFODATA
the content providing company

MARCHE

2017/07/28

(Corriere Adriatico) Troppi contanti, sceicco fermato all'aeroporto (pag.1)

FERMO

2017/07/28

(Corriere Adriatico) La catena russa Rendez-Vous va a caccia del made in Italy (pag.2)

(Corriere Adriatico) Sciopero sospeso alla ZeisExcelsa (pag.3)

(Il Resto del Carlino) Cappelli: export in crescita (pag.4)

(Il Resto del Carlino) I piccoli borghi attrattive del futuro «Promuoverli insieme in modo nuovo» (pag.5)

NAZIONALE

2017/07/28

(Il Resto del Carlino) Boeri torna alla carica: «Ragazzi senza paracadute» (pag.6)

(Il Sole 24 Ore) Marchi d'impresa alla ricerca di un regime incentivato (pag.7)

Troppi contanti, sceicco fermato all'aeroporto

La Finanza insospettita dai 10.200 euro
Confindustria protesta

IL CASO

MACERATA Troppi soldi in tasca, lo sceicco viene fermato all'aeroporto. È accaduto pochi giorni fa all'aeroporto di Falconara: un episodio che ha scatenato il disappunto di Confindustria, sempre attenta all'internazionalizzazione. Lo sceicco era atterrato a Falconara con il suo aereo privato per incontrare, qualche ora dopo, alcuni imprenditori della provincia di Macerata e stipulare con loro ordini di acquisto.

Incontri rimandati

Incontri che il manager ha dovuto rimandare perché trattenuto dalla guardia di finanza. I militari gli hanno contestato, infatti, i diecimiladuecento euro che ave-

va in tasca; duecento in più del denaro che è consentito introdurre in Italia, secondo la normativa. La storia si è conclusa con un verbale e ha suscitato l'amaro commento di Confindustria Macerata che ha diffuso una nota. «Da anni - si legge - promuoviamo e favoriamo il processo di internazionalizzazione sia con iniziative che con sostegni economici volti ad ac-

compagnare azioni per aiutare le imprese verso i mercati esteri. Confindustria Macerata - prosegue la nota - organizza fiere e workshop per favorire contatti con persone di riferimento dei paesi esteri che possano poi essere attratti a visitare i nostri territori per farci conoscere ed incoraggiare le attività economiche. Ecco perché ci siamo sentiti in dovere di segnalare quello che per noi rappresenta uno dei tanti aspetti della burocrazia

che ingessa ed appesantisce lo sviluppo dell'economia, dando poi un'immagine della nostra Italia che di certo non aiuta nel processo di promozione del territorio verso l'estero, anche se siamo il secondo Paese manifatturiero in Europa». Un fatto che non è passato di certo inosservato, soprattutto in un momento dove le imprese e le associazioni di categoria si impegnano in tut-

ti i modi per poter vendere e lavorare all'estero, nonostante la concorrenza degli altri Paesi. «La Germania ad esempio - dice Confindustria - non pone limiti in tale senso». Sicuramente, l'auspicio degli imprenditori, è che lo sceicco porti con sé solo ricordi belli del Maceratese e non si lasci scoraggiare da quanto gli è accaduto.

Giulia Sancricca

La polemica

«Un eccesso di formalità»

● Ad accendere i riflettori su quanto accaduto all'aeroporto di Falconara è stata Confindustria Macerata. «Siamo i primi a chiedere sempre che ci siano regole chiare e ferme - afferma una nota dell'associazione -, però,

di fronte a chi arriva nel nostro Paese per concludere affari commerciali di grande impegno economico, che è incuriosito dalla bellezza dei territori, che vorrebbe potenziare i contatti con gli imprenditori locali, non possiamo per essere ligi all'applicazione di formalità burocratica dare un'accoglienza così poco degna della persona che arriva che demotiva poi a tornare. Di certo - conclude la nota - il

nostro Paese, già considerato dagli stranieri poco attrattivo per gli investimenti ed il business, sia per l'instabilità politica che per i tempi biblici degli iter giudiziari, non è aiutato nell'opera di promozione che tanti di noi stanno portando avanti».



La catena russa Rendez-Vous va a caccia del made in Italy

Cinquanta dipendenti hanno fatto una visita al calzaturificio Bigioni

L'INIZIATIVA

MONTEGRANARO Per il secondo anno consecutivo, nella giornata di mercoledì allo stabilimento produttivo del calzaturificio Dino Bigioni al Villaggio del Lavoro di Piane Chienti è giunta una delegazione di una cinquantina di dipendenti di Rendez-Vous. Parliamo di una delle più importanti catene di negozi russa, da oltre 15 anni leader nel segmento di scarpe di alta qualità e accessori, che distribuisce 40 tra i migliori brand al mondo con oltre 50 negozi in tutta la Russia.

Il giro del distretto

Saranno per una settimana in giro nel distretto calzaturiero fermano-maceratese visitando molte realtà produttive locali, in un soggiorno che sarà a metà tra la vacanza e la formazione professionale.

La visita guidata

L'amministratore unico Ronny Bigioni, infatti, ha accompagnato per tutta la mattinata l'amministratore delegato ed i giovani store manager dell'azienda russa in visita nello stabilimento produttivo, illustrando tutte le fasi di lavorazione della calzatura ed infine rispondendo alle numerose domande e curiosità dei ragazzi.

La partnership

«E' il secondo anno consecutivo che Rendez-Vous programma questa visita, anche se il nostro rapporto con loro risale ad oltre un decennio fa – racconta Bigioni – sono leader nel mercato russo ed è anche grazie alla partnership con loro che siamo riusciti a crescere in questi anni su quel mercato. È una soddisfazione per noi vedere i migliori venditori dei loro punti vendita così interessa-

ti a capire i segreti della nostra produzione, a cercare di capire ogni fase della lavorazione, dalla scelta delle pelli all'imballaggio, per cercare di cogliere differenze e aspetti importanti. Tutto un bagaglio di conoscenze che poi potranno usare al momento della vendita nei loro negozi per spiegare ai clienti le differenze tra una vera scarpa Made In Italy come la nostra e una che non lo è. Continueremo a credere in questa collaborazione, tanto che noi studiamo collezioni ad hoc sulla base delle loro richieste e loro hanno spostato la loro base logistica dalla Germania alla vicina zona industriale di Civitanova. Segno che credono molto in questa filiera, dovremo essere bravi noi a coltivare questo rapporto che prosegue felicemente ancora oggi dopo un decennio».

Marco Pagliariccio

.....
La vertenza
.....

**Sciopero sospeso
alla Zeis Excelsa**

● Sospeso in extremis nella

serata di mercoledì lo sciopero in programma per ieri allo stabilimento Zeis Excelsa di Villa Luciani. I dipendenti, sostenuti da Cgil e Cisl, sono da tempo sul piede di guerra per il ventilato taglio di 70 posti di lavoro viste le intenzioni

dell'azienda di delocalizzare la produzione. E' stato fissato per lunedì prossimo un incontro tra l'azienda e le parti sociali.



DISTRETTO BOOM NEL MERCATO INGLESE

Cappelli: export in crescita

CON Montappone che si appresta a vivere i due giorni de «Il cappello di paglia», il presidente nazionale settore Cappello e vicepresidente Federazione italiana tessilivari, Paolo Marzialesi, offre l'assist per «penetrare» meglio il distretto fermiano, il più importante d'Europa. Dati alla mano, riferiti al 2016, Marzialesi conferma la crescita complessiva del settore, con l'export del cappello di paglia che ammonta a 20,6 milioni di euro, con un incremento del (+11,7%). Le esportazioni principali verso Germania (17,9 milioni di euro, +11,4%), Francia (17,5 milioni, +1,2%), Regno Unito (10,8 milioni, +23,5%), Giappone (5,2 milioni, +19,6%). «Da nota-

MARZIALETTI
«Non avendo un marchio riconoscibile, servono sinergie con le aziende di moda»

re la sostanziale tenuta dell'export, nonostante le difficoltà di alcuni paesi dell'Unione Europea, con l'eccezione del mercato tedesco, e la tenuta di quello francese. Da evidenziare l'exploit del Regno Unito anche dopo la Brexit - afferma il presidente - Da tenere presente che il 70% del valore in termini di aziende, addetti e fatturato spetta al Fermo (Montappone, Massa Ferma-

na, Monte V. Corrado, Falerone) e al Maceratese (Mogliano, Loro, Sant'Angelo in Pontano), il cui core-business è però rappresentato solo da Montappone e Massa Ferma-

na, dove risiede oltre l'80% delle aziende e circa il 50% di quelle su scala nazionale. Cento imprese, quasi 1.700 addetti, hanno un fatturato annuo di circa 100 milioni, indotto compreso. Marzialesi getta poi lo sguardo sul futuro: «Dobbiamo innalzare la qualità del prodotto, offrire servizi al passo con i tempi ma anche studiare forme di co-branding con aziende del lusso che producono nel nostro distretto: queste le nostre sfide future. Più in generale



dobbiamo migliorare le condizioni per cui le aziende che vogliono produrre un cappello di pregio devono essere attratte dal nostro distretto». Marzialesi conclude: «La collaborazione con le aziende dell'abbigliamento è indispensabile per sostenere la produttività dei cappellifici,

poiché non abbiamo un marchio riconoscibile e ci presentiamo sui mercati internazionali unicamente con la qualità e l'etichetta Made in Italy, il cui definitivo ordinamento a livello comunitario deve essere imprescindibile».

Mauro Nucci



QUALE TURISMO? OPERATORI E SINDACI RADUNATI DAL LABORATORIO PICENO

I piccoli borghi attrattive del futuro «Promuoverli insieme in modo nuovo»

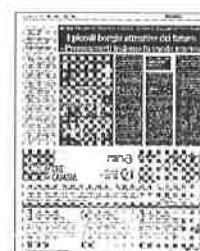
LA posizione spiega bene il concetto: 80, forse novanta operatori turistici, cuochi, gestori di B&B, piccoli/grandi produttori agroalimentari, presidenti di associazioni e amministratori delegati di consorzi, sindaci della Terra di Marca, tutti sul palcoscenico del teatro Alaleona di Montegiorgio per confrontarsi con personaggi di primo piano del mondo turistico. Questa la scelta fatta dal Laboratorio Piceno della dieta mediterranea, promotore e organizzatore, insieme al comune di Montegiorgio, della due giorni su turismo sostenibile e ospitalità. Come dire: i protagonisti, sono gli uni e gli altri, gli operatori e chi stila i progetti ministeriali. Tutti sullo stesso piano. Ma per dire anche, come ha sottolineato Alessandra Bonfanti di Legambiente, che le comu-

nità locali, i borghi, le piccole terre non sono periferia. Anzi, possono essere una risposta alle grandi città sempre più incasinate. La due giorni iniziata martedì pomeriggio a Magliano di Tenna (ristorante Da Benito) con la presentazione dei problemi da parte degli amministratori locali, ha avuto, nella giornata di mercoledì, il momento di risposta e di forte confronto. Sul palco del teatro hanno dialogato con gli operatori, Ottavia Ricci e Lorenza Bravetta, che sono consigliere del ministro Franceschini del Mibact, Alessandra Bonfanti, responsabile nazionale piccoli comuni Legambiente, Antonio Falduto, docente universitario, regista e consulente di Festival, Giancarlo Piccirillo, Board BTO Educational e past direttore generale PugliaPromozione, Pao-

lo Passarini dell'Università di Macerata, per Crea-Hub, condotti magistralmente dal simpatico (quanto profondo) «provocatore» Robert Piattelli, Co-founder BTO Educational. Il turismo è un processo creativo, ha detto Ottavia Ricci che ha invitato a rompere gli schemi, fare innovazione «con quel che avete», uscire dai radar, essere trasversali, battere sull'ospitalità vera, sul benessere, sulla salute, sull'esperienza, sul coinvolgimento. Suggestivi che si legano alle parole chiave proposte da un superlativo Piccirillo (ha fatto rinascere il turismo in Puglia): identità, autenticità, fiducia, condivisione, racconto, creatività, digitale. La consigliera del ministro ha lanciato l'idea di un festival della fotografia dove gli altri raccontino la Terra di Marca, attrattore di «fotografi d'eccellenza». A pro-

posito di eventi, Falduto ha consigliato che siano eccezionali oppure capaci di valorizzare una specificità del luogo. Dopo il teatro, la consistente comitiva s'è spostata a Cerreto, nella chiesa dagli affreschi quattrocenteschi. Sei squadre hanno lavorato ad altrettanti progetti. Quindi le conclusioni, le piste su cui muoversi sono diverse e molto più chiare. Il Laboratorio Piceno della dieta mediterranea ha assunto l'onere di farsi perno di una nuova progettualità.

UTILE CONFRONTO
I consigli pratici delle esperte di Franceschini



POLEMICA IL NUMERO UNO INPS RIEVOCA LO
Boeri torna alla carica:

SCONTRÒ GENERAZIONALE. «IN ITALIA TUTELATI SOLO I REDDITI DEGLI ANZIANI»

«Ragazzi senza paracadute»

* ROMA

GIOVANI che precipitano «senza paracadute» in un baratro di povertà e i loro padri che, invece, a 62 anni hanno potuto pensionarsi e aggiudicarsi, in aggiunta, tutta una rete di protezione sociale.

Tito Boeri continua a battere sul ferro caldo dell'iniquità intergenerazionale e lancia ancora l'allarme: gli indicatori di povertà sono «persistentemente più alti per gli under 35». Ai quali, spiega il presidente dell'Inps, non resta che «rifugiarsi nella famiglia».

Siamo in Parlamento per l'audizione alla vigilia dell'arrivo del Rei, il Reddito d'inclusione, ora all'esame delle commissioni. È «un passo in avanti», valuta Boeri, ma «è ancora troppo poco finanziato per riuscire a portare persone con redditi molto bassi al di sopra della linea di povertà». Secondo il presidente Inps 1,7 miliardi sono quindi insufficienti.

MA IL NUMERO UNO di Via Ciro il Grande fa soprattutto il punto di una situazione generale e datata. E traccia un quadro privo di sfumature. «Il nostro sistema di protezione sociale ha contenuto i rischi di povertà per gli ultra 65enni, ma solo per loro», spiega. I giovani restano invece abbandonati al loro destino. Un avviso,

quello sulla frattura generazionale tra padri, beneficiari di una rete sociale e una pensione già dai 62 anni, e figli, a cui resta come rifugio la famiglia, che troverebbe conferma nelle cifre: guardando a quanto spende lo Stato in prestazioni, al netto degli assegni pensionistici, a livello «pro capite, risulta che – afferma il numero uno dell'Inps – agli ultra 65enni vanno mediamente circa 1.200 euro, mentre agli under 39 vanno meno di 500 euro. I giovani italiani, insomma, «non hanno paracadute e sono così costretti a restare in famiglia; ciò riduce la mobilità e quindi la possibilità di cogliere opportunità».

NON DI SEGNO troppo diverso le criticità rilevate dall'Istat, che, sempre in audizione a Montecitorio sul Rei, evidenzia come il numero dei poveri sia aumentato nel 2016, raggiungendo i massimi dal 2005. Sul piano generazionale, le famiglie numerose e quelle con figli minorenni risultano le più colpite. Stoccata di Boeri, infine, anche sulle pensioni e il dibattito di questi giorni. «L'età media effettiva» di uscita in Italia, fa notare il docente bocconiano, è «stata di circa 62 anni», quindi ampiamente al di sotto dei requisiti di vecchiaia previsti per legge, e «la durata di godimento della pensione è risultata più alta rispetto agli altri Paesi».

cla. ma.



Agevolazioni/2. La posizione di Assonime dopo le novità apportate dal patent box

Marchi d'impresa alla ricerca di un regime incentivato

Luca Gaiani

Per i **marchi di impresa**, è necessario introdurre un nuovo meccanismo agevolativo dopo l'uscita dal **patent box**. Lo afferma **Assonime** nella circolare 18/2017, che esamina le novità del Dl 50/2017.

L'assoluta peculiarità dei marchi italiani rende opportuno ricercare nuove strade di incentivazione che siano compatibili con le indicazioni fornite dall'Ocse per non penalizzare oltre misura settori trainanti della nostra economia, come il fashion e il design.

Assonime ricorda che l'articolo 56 del Dl 50/2017 ha tra l'altro cancellato i marchi dalla lista di *intangibles* agevolabili attraverso il regime del cosiddetto **patent box**. Regime che, come noto, consiste in una detassazione parziale (50% dal 2017) valida ai fini Ires e Irap della quota parte di reddito ascrivibile all'utilizzo dei beni immateriali. La novità è finalizzata ad allineare la disciplina italiana alle indicazioni Ocse.

Secondo il documento *Action 5*, infatti, possono essere agevolati esclusivamente i brevetti e gli altri *intangibles* ad essi "funzionalmente equivalenti". Il criterio del *nexus approach* (collegamento tra beni agevolabili e attività di ricerca e sviluppo) elaborato dall'Ocse attribuisce infatti rilevanza delle sole attività di ricerca e

sviluppo dei settori "tecnologici": in sostanza, precisa Assonime, solo per quei beni immateriali che sono configurabili come "invenzioni".

Sotto questo profilo, peraltro, non pare del tutto allineata alle regole Ocse la mancata eliminazione dal regime del *know how*, dato che in base ai punti 34 e seguenti dell'*Action 5*, sono agevolabili oltre ai brevetti e al software tutelato, solo quegli *intangibles* che condividono le caratteristiche fondamentali dei primi due e limitatamente ad imprese con volumi di fatturato non superiori a certi tetti.

L'eliminazione dei marchi d'impresa riduce di molto, sottolinea la circolare Assonime, l'attrattività del **patent box** e finirà per impattare negativamente su settori "strategici" per il nostro Paese e, cioè, ad esempio, la moda, il design e l'entertainment. È dunque auspicabile, indicazione sulla quale non si può che convenire, che la questione venga riconsiderata, eventualmente per realizzare a livello legislativo una diversa forma di incentivo fiscale dedicata ai marchi di impresa, per sostenere e rilanciare il *made in Italy* all'estero. Il **patent box** per i marchi è sicuramente poco coerente con la configurazione del *nexus approach* Ocse in quanto per tali *intangibles* è difficile

separare concettualmente le attività di promozione, comunicazione e presentazione da altre attività puramente commerciali e di business, sicché si rischia di arrivare a detassare indistintamente buona parte del reddito prodotto.

Ciononostante, l'Italia ben potrebbe adottare regimi fiscali di favore per i redditi derivanti dall'utilizzo dei marchi di impresa purché fondati su criteri di quantificazione diversi da quelli degli altri *intangibles*.

L'eliminazione dei marchi ha effetto dalle opzioni esercitate, per imprese con esercizio "solare", successivamente al 31 dicembre 2016. Per le società con esercizio sfalsato, invece, l'uscita dei marchi parte dal terzo esercizio successivo a quello in corso al 31 dicembre 2014, con opzioni esercitate dopo dicembre 2016. La legge prevede però che l'incentivo continua ad applicarsi, non oltre il 30 giugno 2021, per le opzioni relative ai due esercizi successivi a quello in corso al 31 dicembre 2014. Una società con periodo che chiude al 30 giugno, infine, dovrebbe poter ancora esercitare l'opzione nell'esercizio al 30 giugno 2017 (e dunque fino all'esercizio al 30 giugno 2021) che è il secondo (e non terzo) successivo a quello in corso al 31 dicembre 2014 (30 giugno 2015).

©: PRODUZIONE RISERVATA

