

# RASSEGNA STAMPA

**Giovedì, 27 settembre 2018**

# RASSEGNA STAMPA

Giovedì, 27 settembre 2018

## Articoli

27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 19	
<u>San Patrignano sigla protocollo per l'Africa</u>	1
27/09/2018 Corriere Adriatico Pagina 17	
<u>Le Marche trendy a White in vetrina lo stile del 2019</u>	2
27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 25	
<u>Diciannove aziende della regione al Salone del Gusto</u>	3
27/09/2018 Corriere Adriatico (ed. Fermo) Pagina 7	
<u>Bruè, già varato il piano per ripartire...</u>	4
27/09/2018 Corriere Adriatico (ed. Fermo) Pagina 7	
<u>È stata fondata da Mariano nel Dopoguerra Per decenni fra le...</u>	6
27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 54	
<u>Nasce 'Lo shopping ti fa bella' Le negozianti fanno squadra:...</u>	7
27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 55	
<u>Tante aziende in ginocchio Scomparse 53 attività in un anno</u>	8
27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 58	
<u>'Marca in bus' fa centro: conquistati più di settecento turisti</u>	9
27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 61	
<u>Della Valle punta sull' estro di Dell' Acqua</u>	10
27/09/2018 Il Resto del Carlino (ed. Fermo) Pagina 62	
<u>Sviluppo nell' area del sisma: camper informativo</u>	11
27/09/2018 Il Sole 24 Ore Pagina 19	
<u>Confindustria e sindacati: attuare le norme per la rappresentanza</u>	12

Giorgio Pagliotti

# Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

Dicono di noi

## San Patrignano sigla protocollo per l'Africa

ROMA CONFINDUSTRIA, E4Impact Foundation e San Patrignano (la Comunità di recupero per tossicodipendenti, con sede nel Riminese) siglano un protocollo per l' Africa e si impegnano a collaborare in tre ambiti di attività: partenariato privato-privato, inclusione sociale e finanza sociale, con il sostegno di International Trade Centre, agenzia delle Nazioni unite e del Wto per il commercio internazionale. Entra così nel vivo, sottolinea una nota di Confindustria, la collaborazione stretta in aprile a San Patrignano tra il presidente di Confindustria Vincenzo Boccia, la presidente di E4Impact Letizia Moratti e l' executive director di Itc Arancha Gonzalez, con l' avvio di progetti concreti che puntano a favorire l' imprenditorialità dei migranti in Italia e il rientro nei paesi d' origine sostenendo lo sviluppo di un tessuto imprenditoriale più forte. La firma di questo protocollo, afferma il presidente della comunità di San Patrignano, Piero Prenna, «si muove nel solco dello spirito che caratterizza San Patrignano da 40 anni: sostenibilità, inclusione, solidarietà e accoglienza». I primi risultati saranno presentati nel corso del prossimo Sustainable economy forum, che si terrà il 4 e 5 aprile del 2019 a San Patrignano.



## Le Marche trendy a White in vetrina lo stile del 2019

*I designer hanno presentato il meglio della produzione*

Le Marche anche quest' anno protagoniste a White, il salone internazionale delle tendenze di moda più legate alla ricerca e all' innovazione che si svolge in occasione della fashion week Milano Moda Donna 2018 in zona Tortona e che si è concluso nelle scorse ore. Ogni anno gli stilisti presentano le loro collezioni womenswear contemporary e accessori (primavera-estate 2019) negli spazi espositivi più rappresentativi della zona Tortona. Marchi consolidati, realtà internazionali e brand di tendenza fanno di White Milano il punto di riferimento per i top buyer di tutto il mondo e le imprese marchigiane hanno saputo cogliere al meglio le opportunità che questa prestigiosa vetrina offre.

«I nostri espositori, come sempre, si sono fatti apprezzare per la qualità delle loro manifatture e l' originalità dei capi nel solco della tradizione di eccellenza marchigiana - spiega l' assessore alle Attività produttive Manuela Bora che ha partecipato all' evento proprio per conoscerne da vicino la potenzialità e incontrare gli espositori - . Gli artigiani marchigiani sono molto soddisfatti e auspico il prosieguo di questo tipo di iniziative, anche alla luce delle opportunità che potrà offrire la nuova Camera di Commercio Unica delle Marche».

La Fiera White, che ha visto una grande partecipazione di operatori commerciali sia italiani che stranieri, ha rappresentato un' ottima occasione per le nostre piccole aziende marchigiane offrendo loro la possibilità di allacciare nuovi rapporti commerciali, procurandosi ordini da negozi di altissimo livello. Oggi White è una realtà sempre più dinamica, in grado di esibire e valorizzare un brand mix di 562 marchi (375 brand italiani, 187 esteri) suddivisi in quattro location del Tortona fashion District. 27mila i visitatori, il 5% in più rispetto allo scorso anno. A trainare le presenze sono stati i compratori internazionali che hanno registrato un +13%. Questa opportunità nasce dalla partnership avviata nel 2016 tra Confartigianato, Confexport e White, sempre attente a recepire le esigenze degli artigiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



Stampa regionale

## Diciannove aziende della regione al Salone del Gusto

Sono 19 le aziende marchigiane che partecipano al 'Salone del Gusto' di Torino. Lo stand marchigiano e' stato finanziato dalla Regione e dalla Camera di commercio di Ascoli Piceno. Presenti la vicepresidente della giunta regionale, Anna Casini, e il presidente dell' ente camerale, Gino Sabatini. «Una esperienza molto interessante - dice Francesca Petrini della Cna marche - che ci ha messo in contatto con espositori provenienti da tutto il mondo»

**NAUTICA**

### Ferretti vara un nuovo super yacht «Pronti ad assumere 80 persone»

L'ad Galassi presenta le novità del Gruppo nel Principato di Monaco

**Contropiù nasce il gruppo donne di Pesaro e Urbino**

**Diciannove aziende della regione al Salone del Gusto**

**QUATTRO 18** 12-14 OTTOBRE  
SALONE NAZIONALE DELL'AUTO A TRAZIONE INTEGRALE  
Venerdì & Domenica 10.00 - 19.00  
Sabato 10.00 - 23.00  
Carrara Fiere Ingressi n. 3 e n. 5  
Auto | Quad | Moto | Accessori | Ricambi  
Elaborazioni | Preparazioni | Servizi

Stampa locale

## Bruè, già varato il piano per ripartire «Concentriamoci sul nostro marchio»

L'azienda di Monte San Pietrangeli sotto la lente. Luzi: «Occorre abbandonare il contoterzismo»

L'ECONOMIA MONTE SAN PIETRANGELI  
Idee chiare per il rilancio di Bruè.

La flessione della produzione conto terzi e l'accesso al credito sono state le due cause principali che hanno suggerito allo storico marchio calzaturiero di chiedere il concordato in continuità al tribunale di Fermo. Viceversa a quanto accade di solito con le aziende in crisi che preferiscono nascondersi, non parlare o ancora peggio recarsi al tribunale senza avere chiaro il percorso da intraprendere, Stefano Luzi, amministratore della Ab Servizi, società controllata dalla Bruè e costituita per gestire la licenza di Bruno Magli, non solo ci mette la faccia ma sembra conoscere le tappe che, secondo lui, possono risollevare le sorti del marchio.

I motivi La crisi «non è economica ma finanziaria in quanto nonostante il calo di fatturato, l'azienda genera utili», precisa Luzi, già consulente del calzaturificio nel 2010 quando ancora era la famiglia Bruè, con a capo Aldo, a gestirlo. Oggi l'amministratore unico della società è Fabrizio Grassi. «Questa settimana avremo il primo incontro con il commissario giudiziale a cui presenteremo le nostre idee. Il piano è praticamente pronto», ci dice lo stesso manager che precisa come la Ab Servizi non è coinvolta nel concordato. La prima tappa per il rilancio è quella di concentrarsi sul proprio marchio e abbandonare il contoterzismo. «Quest'ultima attività va bene se complementare a quella aziendale ma se come è accaduto alla Bruè arriva a pesare il 50% dei ricavi e si concentra su uno o 2 clienti diventa un handicap. Si lavora praticamente al buio e si è nelle mani del committente che può abbandonarti nell'arco di poche stagioni, visto che nelle Marche non c'è l'uso di stipulare contratti pluriennali di subfornitura come invece accade in altri distretti dove ho trovato aziende specializzate nel contoterzismo e quindi più preparate».

La regione Nelle Marche, invece, «si vuole fare un po' tutto (brand proprio e terzismo), con attività disperse per le realtà locali. Forse si dovrebbe scegliere. Noi ci concentreremo su Bruè, un marchio che ha la sua storia e la sua identità». Questo dovrebbe far quadrare anche il cash flow aziendale, alla base della crisi. «Noi avevamo fatto degli investimenti per supportare la crescita, specie in Asia, ma poi ci siamo trovati a dover fare i conti con un calo di fatturato causato dal terzismo, in una situazione economicamente sana. Così, per colmare la mancanza di



Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress 2013-2018

# Corriere Adriatico (ed. Fermo)

<-- Segue

## Stampa locale

autofinanziamento abbiamo chiesto l'assistenza del sistema bancario e invece le risposte sono state opposte, con la sospensione degli affidamenti in essere, per cui abbiamo preferito concentrarci sul piano di ristrutturazione sul quale confidiamo per uscire da questa situazione», spiega Luzi. Per gli 80-85 dipendenti in essere è stato attivato il contratto di solidarietà. Per ora non si parla di esuberi e tagli anche se il previsto ridimensionamento dell'attività produttiva, che sarà solo legata al marchio Bruè, può far pensare ad una proporzionale riduzione della forza lavoro.

La gestione Relativamente alla Ab Servizi, continua la gestione della licenza di Bruno Magli: «E' attiva dal gennaio 2017 e prosegue bene a livello economico e finanziario e le ultime collezioni stanno riscontrando l'apprezzamento dei buyer. Non nascondo che tra noi e la società americana di private equity Marquee Brands che possiede il marchio non abbiamo sempre le stesse vedute strategiche, anche in termini di investimenti.

Per il momento non abbiamo problemi particolari ma sarebbe opportuno avere delle strategie comuni a lungo termine.

Se quando ci incontreremo ci daranno l'opportunità di crescere continueremo altrimenti ci concentreremo su Bruè».

Massimiliano Viti © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Stampa locale

## È stata fondata da Mariano nel Dopoguerra Per decenni fra le eccellenze del distretto

7L' azienda Bruè fu fondata nel 1946 da Mariano Bruè che decise di utilizzare l' esperienza maturata nel suo laboratorio, il quale produceva scarpe artigianali già dagli anni Trenta. Negli anni successivi i due fratelli Aldo e Mario entrarono in azienda. Gli altri due fratelli, Giorgio e Roberto, presto si unirono ad Aldo e Mario per creare una vera impresa di famiglia. Il marchio si è sempre distinto per l' unione tra artigianato e innovazione e per decenni è stato fra i simboli vincenti del distretto calzaturiero a cavallo fra Fermo e Maceratese.

Fermo e provincia  
17 settembre 2018

### Bruè, già varato il piano per ripartire «Concentriamoci sul nostro marchio»

L'azienda di Monte San Pietrangeli sotto la lente. Luzi: «Occorre abbandonare il contoterzismo»

**L'ATTUALITÀ**  
Mariano Bruè, il fondatore di Bruè calzaturiera, è stato uno dei protagonisti del dopoguerra. La sua azienda, fondata nel 1946, ha sempre rappresentato un punto di riferimento per il calzaturiero di Fermo e Maceratese. Dopo una lunga parentesi di chiusura, l'azienda è pronta per ripartire. Il piano è chiaro: «Concentriamoci sul nostro marchio», ha detto l'industriale. La sua azienda, fondata nel 1946, ha sempre rappresentato un punto di riferimento per il calzaturiero di Fermo e Maceratese. Dopo una lunga parentesi di chiusura, l'azienda è pronta per ripartire. Il piano è chiaro: «Concentriamoci sul nostro marchio», ha detto l'industriale.

**La storia**  
È stata fondata da Mariano nel Dopoguerra Per decenni fra le eccellenze del distretto

**CAUTIERI**  
LO STILE ITALIANO NEL MONDO  
NEW COLLECTION  
AUTUMN WINTER 18/19



# Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

Stampa locale

INIZIATIVA OFFERTE E SCONTI PER UN MESE DA OTTOBRE

## Nasce 'Lo shopping ti fa bella' Le negozianti fanno squadra: «Sosteniamo questa bella città»

SONO donne, fermane, commercianti, legate alla città e titolari di negozi storici, ma anche di attività recenti. In un clima a volte complesso per la prima volta hanno unito le forze, per realizzare una promozione congiunta, dedicata alle clienti, con l'intento di rivitalizzare il centro storico e il commercio nel cuore della città, in un momento dell'anno particolare.

Lo slogan è pronto ed è 'Lo shopping ti fa bella'. Un'idea tutta al femminile che, anche guardando il nome scelto per lo slogan, è rivolta all'universo rosa.

PER UN mese, a partire dal primo ottobre, proporranno sconti e offerte speciali su articoli nuovi e selezionati. L'idea è venuta a Emilia, titolare della boutique Nadia, da Bracciotti, storico negozio di abbigliamento, da Twins, negozio di biancheria intima e abiti per bambini, Elle atelier, prodotti per la casa, insieme si riesce a reggere l'urto di tempi difficili.

«IL MESE di ottobre non è di certo semplicissimo - racconta Emilia- comincia a far freddo e si passeggia meno. Ecco allora che sentivamo il bisogno di chiamare le nostre clienti e non solo, di offrire promozioni speciali che possano far venire la voglia di shopping alle fermane ma speriamo pure alle signore e alle ragazze dei comuni vicini».

Tutti i negozi hanno aderito al progetto dei corner di calzature di marca, angoli outlet di marchi famosi che vengono apprezzati dai clienti.

L'INIZIATIVA è dell'assessorato al commercio che con la Camera di commercio ha offerto l'incontro con le aziende di calzature e un supporto economico per organizzare corner promozionali.

Oltre all'abbigliamento c'è anche la possibilità di scegliere un paio di scarpe made in Fermo, dunque di sicura qualità e nelle scorse settimane c'è stata una bella attenzione da parte dei clienti.

«LA PROMOZIONE ovviamente riguarda alcuni prodotti delle nuove collezioni - assicura Emilia -, ma la cosa bella è che insieme ci siamo mosse, abbiamo immaginato il progetto, una vela promozionale, un impegno comune». Gli obiettivi sono diversi.

«Non solo favorire le nostre attività - conclude Emilia -, ma anche per sostenere questa bella città da cui non vogliamo assolutamente allontanarci».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



# Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

Stampa locale

## Tante aziende in ginocchio Scompare 53 attività in un anno

*Difficoltà in tutti i settori. E il commercio in centro non decolla*

di ANGELICA MALVATANI I NUMERI non mentono. Fanno riflettere, parlano di una tendenza che si può avere radici nazionali, ma poi è tutta locale. Parlano di una crisi che non accenna a scemare. Difficoltà che colpiscono tutti i settori produttivi, dall' agricoltura al commercio, dalla piccola industria fino alle aziende più grandi.

Ecco allora che dal confronto tra il periodo che va da gennaio a luglio 2017 e gli stessi mesi del 2018, secondo i dati della Camera di commercio di Fermo, si evidenzia un sensibile peggioramento delle imprese all' interno del Comune di Fermo, dati peraltro in linea con gli altri comuni della provincia. Una crisi che si sentiva già nell' aria alla fine del 2017 quando il saldo tra le imprese che avevano avviato una nuova attività e quelle che avevano abbassato serranda per sempre era ancora positivo e parlava di un più 17.

Da gennaio a maggio 2018, invece, si assiste a un segno meno abbastanza deciso, a fronte di 121 aziende iscritte ce ne sono 174 che cessano l' attività, per una perdita di 53 aziende diffuse su tutto il territorio e trasversali ai più diversi settori produttivi.

Segno che il fenomeno è del tutto nazionale ed è frutto di scelte che sono state fatte anche a livello internazionale, con una globalizzazione economica e finanziaria che ha fatto saltare un po' tutte le regole. Ma fotografia anche di un centro cittadino che ha bisogno di un nuovo slancio. Lungo il corso che porta fino a piazza del Popolo le serrande abbassate superano di gran lunga quelle alzate. Un quadro oggettivo che va letto anche in considerazione dei danni provocati dal terremoto di due anni fa.

«DIFFICILE commentare questi dati - spiega Vittorio Ferracuti, consigliere Camera di commercio - di certo non è un fenomeno locale e gli amministratori locali o le associazioni di categoria poco possono fare per resistere a questa situazione. Sono dati che mi sorprendono, avevamo colto segnali di ripresa che ci facevano ben sperare, anche nel settore del commercio. C' era una cauto ottimismo, c' era voglia di ripartire, di muoversi, di ragionare sul futuro.

Poi però evidentemente le difficoltà sono ancora troppo grandi, è tempo che a livello centrale ci sia una riflessione vera su questo. Bisognerà anche confrontare i dati fermiani con quelli di altri comuni e vedere in un quadro complessivo come stiamo messi. Certo è che forse è realmente tempo di cambiare qualcosa, di trovare reali strategie di crescita per assistere a un impoverimento vero del territorio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



# Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

Stampa locale

L' INIZIATIVA NUMERI SOPRA LE ATTESE PER L' EDIZIONE 2018. E SI PENSA GIÀ AL PROSSIMO ANNO

## 'Marca in bus' fa centro: conquistati più di settecento turisti

LA MARCA fermana si può scoprire in bus, l'entroterra fermano è un tesoro tutto da ammirare, chi ci passa ci lascia il cuore. Un successo il progetto 'Marca in bus', proposto da Marca fermana con il supporto della Regione, la Steat, la Confartigianato, Villaggi Marche. L' edizione 2018 del progetto ha numeri importanti, 18 le escursioni tra luglio ed agosto 2018, 17 i Comuni visitati dell' area interna fermana, molti dei quali feriti dal terremoto. E ancora, 717 i turisti che ne hanno usufruito della possibilità di scoprire il nostro paesaggio ma anche i sapori di casa nostra, 40 gli utenti medi per ogni escursione, 12 le Regioni italiane di provenienza, 6 i paesi esteri, 88 per cento il tasso di gradimento dei fruitori. Il presidente di Marca fermana, Stefano Pompozzi, parla di un rendiconto che emoziona: «Volevamo valorizzare il patrimonio territoriale e culturale di una delle province colpite dal sisma, dare vicinanza umana e amministrativa, ma anche accompagnare i visitatori alla scoperta di luoghi bellissimi, anche oltre la costa. Eravamo timorosi e scettici sulla possibilità di spostare i turisti dalla costa verso le aree interne. Dopo un paio di date questa iniziativa ci è esplosa tra le mani, abbiamo avuto necessità di sostituire il mezzo inizialmente individuato, siamo andati anche i 60 posti previsti». L' assessore regionale Fabrizio Cesetti, insieme con il consigliere Francesco Giacinti, parla di una opportunità di crescita per tutto il territorio, di un progetto che va senz' altro proposto di nuovo anche nella stagione 2019. Sara Giorgi è una delle guide turistiche abilitate, ha vissuto ore intense con i visitatori, famiglie con bambini ma anche anziani, coppie, single, l' umanità più varia: «Tutti si sono sentiti coinvolti emotivamente, appena finita la visita, al momento della degustazione organizzato con la Confartigianato di prodotti tipici, volevano tutti prenotare per una prossima visita». Daniele Gatti, titolare del camping Holiday, ragiona da anni sulla possibilità di costruire passaggi verso l' entroterra: «Ormai l' offerta turistica sta nella proposta delle emozioni, cerchiamo il coinvolgimento dei turisti a tutto tondo. I risultati sono andati anche oltre le aspettative». Angelica Malvatani.



Stampa locale

CAPSULE TOD' S

## Della Valle punta sull' estro di Dell' Acqua

- SANT' ELPIDIO A MARE - TOD' S, il noto brand della famiglia Della Valle, avvia una serie di collaborazioni con autori provenienti da ogni ambito creativo, chiamati a mettere la propria impronta sul dna Tod' s. Dal dialogo con i designer nascono capsule collections e limited editions in season immediatamente disponibili, presentate più volte all' anno, uscendo dalle abituali due stagioni come voluto dall' Ad Diego Della Valle.

Il nuovo calendario riflette il nuovo assetto creativo. Alessandro Dell' Acqua, noto stilista napoletano, inaugura il progetto, primo di una serie, creando un guardaroba dall' eleganza tattile e sensuale e accessori nei quali gli inconfondibili gommini Tod' s diventano mocassini e ballerine con tacco sottile e fiocco di velluto, oppure stivaletti stretch. Una sintesi vigorosa e sofisticata, sottolineata dalla scelta di tre soli colori: il cuoio di Tod' s, il nero e il rosa cipria di Alessandro Dell' Acqua.

«L' Italian lifestyle è la cornice - sottolinea l' azienda di Casette d' Ete - il buon gusto innato e il saper vivere espressi in ogni cosa; l' eleganza vera; la ricerca di ciò che è bello perché fatto bene.

L' Italian excellence è il carattere che permea tutto. Passa attraverso il saper fare di mani e menti uniche, capaci di scegliere le materie migliori e trasformarle in prodotti di qualità impareggiabile. Il percorso unisce heritage, innovation and creativity, perché l' innovazione si realizza solo liberando la creatività con la consapevolezza delle radici. La Signature Handmade è tratto identificativo: cura delle finiture che danno personalità all' incontro tra cool metropolitano e italianità artigianale. L' International Appeal è il risultato. L' Italian style, quando è vero, parla una lingua senza confini, fatta di armonie e sottili contrasti». Altro non resta da aggiungere se non che l' incontro tra l' immaginario di Alessandro Dell' Acqua e l' eccellenza italiana di Tod' s esprime una visione di glamour nonchalant. Come dire, una proposta di guardaroba e di un modo di essere. Mauro Nucci.





LA LETTERA A DI MAIO

## Confindustria e sindacati: attuare le norme per la rappresentanza

*L'obiettivo di contrastare il dumping che penalizza imprese e lavoratori*

Confindustria e sindacati chiedono un intervento del ministro del Lavoro, Luigi Di Maio, per dare attuazione alle nuove regole sulla misurazione della rappresentanza, contro il fenomeno del "dumping" contrattuale che penalizza imprese e lavoratori.

Sono ancora molte le «resistenze di varia natura» che ostacolano l'operatività delle nuove regole, introdotte dal Testo unico sulla rappresentanza con l'accordo del 10 gennaio 2014, che misura il "peso" di ciascuna organizzazione sindacale in base a due parametri: il numero degli iscritti ed i voti alle elezioni delle Rsu. In una lettera inviata al ministro Luigi Di Maio, il presidente di Confindustria Vincenzo Boccia, e i leader di Cgil, Cisl e Uil rispettivamente, Susanna Camusso, Annamaria Furlan e Carmelo Barbagallo ripercorrono le tappe attuative dell'accordo. L'ultima, lo scorso luglio, quando dopo un lungo lavoro di confronto con l'Inps, è stato definito il testo di una nuova Convenzione che consentirebbe di rilevare sia il dato degli iscritti che dei voti espressi nelle elezioni delle rappresentanze sindacali unitarie. «Si pongono le premesse per accertare quali siano effettivamente i contratti collettivi sottoscritti dai sindacati maggiormente rappresentativi», si legge nella lettera.

A questo punto manca un ultimo tassello. Per concludere l'iter attuativo, Confindustria e sindacati si rivolgono al ministro Di Maio perchè «renda esplicita la condivisione del ministero sull'opportunità della firma da parte dell'Inl (ispettorato nazionale del lavoro, ndr) e dell'Inps della suddetta Convenzione». Le parti sottolineano che la piena attuazione del Testo unico sulla rappresentanza è un «passaggio fondamentale per una sempre più compiuta affermazione della democrazia sindacale», in un percorso che vede impegnata anche Confindustria, dopo la firma del "Patto per la fabbrica" dello scorso 9 marzo che introduce anche il principio della misurazione del grado di rappresentanza delle associazioni datoriali. Il Cnel ha evidenziato come su 868 contratti depositati nel proprio archivio, ben due terzi sono "pirata", ovvero presentano condizioni al ribasso e sono siglati da associazioni datoriali e sindacati non rappresentativi. «L'attuazione delle nuove regole sulla rappresentanza - conclude il vicepresidente per il lavoro e le relazioni industriali di Confindustria, Maurizio Stirpe - consente alle imprese sane di competere lealmente, senza subire la concorrenza sleale di chi applica contratti con condizioni



economiche o normative al di sotto degli standard dei settori di riferimento».  
© RIPRODUZIONE RISERVATA.

*Giorgio Pogliotti*