

# SISTEMA IMPRESA

---



# Informa

Il periodico informativo della Confederazione Sistema Impresa



# SISTEMA IMPRESA

## Informa

Il periodico informativo della Confederazione Sistema Impresa

SISTEMA IMPRESA INFORMA | GENNAIO 2018

**Direttore Responsabile:** Barbara Milanesi  
**Progetto grafico:** Barbara Milanesi  
**Immagini:** pixabay.com  
**Proprietario ed editore:** Sistema Impresa  
**Sede legale:** Crema (CR) via Olivetti 17  
**Registrazione:** n. 161 13.03.2015 - Tribunale di Cremona

### HANNO COLLABORATO

**Giornalisti:**  
 Roberto Bettinelli  
 Rossano Salini  
 Barbara Milanesi

**Professionisti:**  
 Rossella Spada  
 Berlino Tazza  
 Francesco Artusa

**Enti, imprese e associazioni:**  
 Sistema Impresa  
 Fai - Trasporto Persone  
 Ebiten  
 Fondo Formazienda  
 UNI - Ente Italiano di Normazione

### EDITORIALE

«Dalla politica proposte credibili per aiutare le imprese» 5

### TEMATICHE

Formazienda. «Più formazione per riallineare domanda e offerta di lavoro» 6

FAI Trasporto Persone. Assemblea annuale 8

Uni - Sistema Impresa. Gestione della crisi da sovraindebitamento 10

Sistema Impresa. Analisi sul commercio 11





lavoro  
formazione  
internazionalizzazione  
attività sindacale  
credito



**«Dalla politica proposte credibili  
per aiutare le imprese»**

di Berlino Tazza

←  
Berlino Tazza,  
presidente di Sistema Impresa

Elezioni politiche e regionali. Si voterà il 4 marzo. Un appuntamento cruciale sul piano della democrazia e dell'agenda economica. Servono proposte credibili da parte del mondo politico, e una visione del Paese di lungo periodo che possa intervenire positivamente sulle criticità attuali sviluppando strategie e politiche che durino nel tempo e che siano a vantaggio delle imprese. La fase che precede immediatamente le elezioni non è certo il momento più opportuno per valutare appieno lo stato di salute di un sistema politico. È evidente che il clima si surriscalda e, in un contesto di accentuata conflittualità, si tende a fare promesse per battere gli avversari. Ma non sono abituato a fare un processo alle intenzioni. Il contesto tripolare, a differenza di quanto sostengono in tanti, spinge naturalmente ad una più spinta competitività e di riflesso ad un maggiore efficientamento del sistema obbligando i contendenti a non generare troppe de-

lusioni come quelle che si sono verificate in passato. In assenza di posizioni di rendita, il contesto potrebbe configurarsi in modo più favorevole per il mondo produttivo e imprenditoriale con il varo di leggi finalmente in grado di dare supporto ed impulso alle aziende del Made in Italy. Il mio pensiero è semplice: l'economia italiana ha bisogno di una forte spinta per ritornare ai livelli pre-crisi. Le politiche nazionali, e quindi l'agenda economica dei prossimi cinque anni di governo, deve essere concepita in questa prospettiva. La flat tax al 23% per le persone fisiche e per le imprese è una proposta che può andare bene, e che mi sento di sostenere, ma perché diventi davvero fattibile è necessario un'opera di rivisitazione della spesa pubblica che fino ad ora è stata promessa vanamente da tutti gli esecutivi. L'Irap deve essere abolita, perché penalizza le imprese più virtuose. Serve poi un piano di aggressione convinta alla massa del debito pubblico che, a causa

degli interessi, seguita a bloccare gli investimenti strategici. L'Unione Europea, in riferimento al dato dell'indebitamento, deve fornire risposte più praticabili e meno rigide. Una presenza, quella dell'Italia a Bruxelles, che va rivista attraverso uno stile di negoziazione più determinato e più consapevole degli interessi reali del Paese. Abbiamo perso l'Agenzia del Farmaco che avrebbe generato un indotto importante proprio a causa delle defezioni tra le nazioni dell'Europa del Sud. In un'agenda che si rispetti ci deve essere equilibrio: vanno sostenuti i consumi attraverso un'azione di sostegno al reddito intervenendo sul nucleo fiscale e sulle pensioni minime. È indispensabile mettere mano all'assetto istituzionale del Paese in senso federalista bilanciando una tendenza forte al regionalismo con un contrappeso presidenzialista che riporti il potere decisionale nelle mani dei cittadini togliendolo al ceto dei burocrati.



## Più formazione per riallineare domanda e offerta di lavoro

Alto il tasso di disoccupazione giovanile, eppure gli imprenditori non trovano lavoratori per le loro esigenze. Spada, direttore di Formazienda: «Ripensare a livello sistemico il nodo della formazione»

L'analisi recentemente tracciata da Dario Di Vico sul Corriere della Sera (13 gennaio 2018) non può non destare preoccupazione in tutti coloro che a vario titolo si occupano di mercato del lavoro in Italia. In un paese che continua a vivere il problema pressante della disoccupazione, soprattutto giovanile, incredibilmente gli imprenditori vivono il disagio di non trovare figure professionali adatte alle loro richieste ed esigenze. «Nel Paese dei Neet

- spiega Di Vico - cioè dei ragazzi che non studiano, né lavorano, e con un tasso di disoccupazione giovanile al 32,7% gli imprenditori non trovano giovani da assumere. Succede un po' ovunque in Italia. Con situazioni paradossali. Nella Sardegna del turismo non si trovano abbastanza diplomati negli istituti alberghieri. Da Reggio Emilia a Pordenone passando per Vicenza e Treviso. L'epicentro del mismatch italiano, del (clamoroso) mancato



←  
Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda

incontro tra domanda e offerta di lavoro, è qui. E la vicina Lombardia non è da meno. Non ci sono naturalmente formule magiche per uscire da una tale situazione. Ma una strada c'è, quella della formazione.

**Rossella Spada**, direttore di Formazienda, Fondo interprofessionale per la formazione continua, commenta così:

«Si tratta di un'analisi tanto lucida quanto drammatica. È assolutamente necessario correre ai ripari. Al netto del fatto che sul mancato incontro tra domanda e offerta di lavoro possono spesso giocare dinamiche particolari, legate anche agli aspetti salariali, è evidente che bisogna però intervenire in maniera forte e soprattutto sistemica su un problema così centrale per la nostra società. La risposta può arrivare solo da una maggiore concentrazione intorno al problema della formazione, alle modalità per investire sempre di più in questo aspetto in maniera strategica, calibrando cioè

le nostre azioni sulla base delle problematiche effettive che colpiscono il mercato del lavoro». Un aspetto sottolineato, sempre nel citato servizio di Di Vico, anche dal presidente di Anpal **Maurizio Dal Conte**, il quale sostiene:

«C'è la necessità di riorientare la formazione professionale, non possiamo dare al mercato una minestra precotta, dobbiamo sapere cosa ci chiede e agire di conseguenza».

Una sottolineatura che sicuramente coinvolge in primis la scuola, ma che riguarda anche in maniera diretta tutti i soggetti che si occupano di formazione, a partire proprio dai fondi. «È proprio così», spiega ancora Rossella Spada.

«Non dimentichiamo, ad esempio, che la formazione finanziata tramite l'azione dei fondi interprofessionali non riguarda solo la formazione continua in azienda, ma coinvolge anche coloro che sono in cerca di occupazione o di ri-occupazione. Sarebbe opportuno a mio avviso, alla luce del discorso preso in considerazione, che venisse impostata un'azione sinergica, in cui scuole, agenzie del lavoro, enti di formazione e fondi inter-

professionali venissero coinvolti in un lavoro comune per rispondere all'esigenza delle imprese in cerca di figure con determinati profili. Se la scuola da sola non basta a rispondere a queste richieste, è bene che si faccia un lavoro di squadra. Noi siamo disposti a fare la nostra parte; ma naturalmente deve esserci un soggetto che dia l'input e che coordini un lavoro di questo genere».

Un'occasione anche per permettere ai fondi di sviluppare in maniera sempre più compiuta le proprie potenzialità:

«Spesso si parla di fondi per occuparsi di aspetti formali, per regolare e normare, per cercare e a volte anche inventare nuove soluzioni burocratiche che incidano sul loro funzionamento. Ecco, sarebbe forse meglio guardare ai fondi con una prospettiva diversa: dei partner affidabili e con grandi potenzialità, che possono lavorare a un nuovo progetto sistemico incentrato sulla formazione, di partenza e continua. Partire dal positivo che i fondi rappresentano, per permettere loro di dare il proprio contributo in maniera sempre più incisiva. Lo ripeto: noi ci siamo».



## Assemblea annuale FAI Trasporto Persone

Riunione comparti auto e bus per votare gli organi di rappresentanza.  
Alfonso Riva rieletto presidente

BUSTO ARSIZIO - Si è tenuta sabato 27 gennaio l'annuale assemblea soci della *FAI - Federazione Autoleggiatori Italiani Trasporto Persone*. Un momento di incontro tra tutti i soci per fare il punto della situazione dei comparti auto e bus e per votare gli organi di rappresentanza.

Nell'ambito dell'assemblea molto partecipata è stato eletto presidente per il secondo mandato **Alfonso Riva** che, nel suo discorso iniziale, non ha

mancato di rimarcare la necessità di ripensare le regole del settore mobilità e di fare chiarezza su diritti e doveri, ad esempio, di Taxi e NCC.

«La legge che regola il settore della mobilità non di linea, taxi e NCC è obsoleta. Da parecchi anni abbiamo proposto un revisione di legge al Ministero che fino ad ora non ha trovato riscontro. Ultimamente abbiamo suggerito, dietro richiesta del MiT e del Mise, alcune modifiche al testo del



Busto Arsizio. Un momento dell'assemblea annuale FAI



**Alfonso Riva**, presidente FAI rieletto per il secondo mandato

ddl proposto dai 2 ministeri e continuiamo a spingere la nostra proposta di revisione per la scrittura di una nuova legge. Siamo aperti al confronto anche con i tassisti, infatti pensiamo che una legge buona possa nascere solo se proposta da entrambe le categorie». Riva poi ha fatto il punto sugli obiettivi raggiunti in questi anni di mandato e sulle prospettive future: «Il rapporto con Sistema Impresa a cui aderiamo ha portato ad ottimi risultati. Far parte di una confederazione nazionale rappresentativa ci consente di avere maggiori possibilità di far sentire la nostra voce e ci agevola nel fondamentale rapporto con le istituzioni per far valere davvero le nostre istanze».

Riva ha infine invitato il presidente di Sistema Impresa **Berlino Tazza** a salutare i soci. «Come ogni anno l'assemblea è molto partecipata, segno che l'associazione ha ben operato a favore dei soci tenendovi aggiornati, tutelando i vostri interessi, proponendo soluzioni e lottando con le istituzioni per garantire, a voi operatori, le migliori condizioni di lavoro anche con soluzioni moderne di proscioglimento di servizi. Un settore, quello dei trasporti, in cui non è facile agire come associazione e in cui non è facile operare come NCC. L'ingresso di nuovi servizi a forte contenuto tecnologico ha modificato radicalmente il funzionamento del settore e reso obsoleto il quadro normativo attuale fermo al 1992. È necessario un intervento normativo volto a migliorare la qualità generale del servizio al cliente e finalizzato a ridurre i maggiori vincoli di esercizio degli NCC. Purtroppo in questi anni abbiamo visto solo proroghe nella peggiore tradizione italiana, ovvero quella che per non scontentare qualcuno, lascia tutti nell'indeter-



minatezza, senza chiari e definitivi indirizzi per il futuro di importanti operatori della mobilità. La buona notizia è che dal 4 marzo in poi ci verrà data un'altra possibilità, ci sarà un nuovo governo al quale indirizzare con forza le vostre istanze e Sistema Impresa rinnova la propria disponibilità per lavorare a fianco di FAI nell'interlocuzione con le istituzioni nazionali e regionali e per mettere a vostra disposizione migliori condizioni per l'accesso al credito e per qualificare la vostra professionalità con la formazione continua. Saranno anni impegnativi ma sono certo che la FAI e i suoi rappresentanti siano all'altezza delle sfide che vi attendono».



## UNI - Sistema Impresa Gestione della crisi da sovraindebitamento

Al via i lavori per la prassi di riferimento in accordo con  
l'Ente Italiano di Normazione

Sistema Impresa, in accordo con UNI – Ente Italiano di Normazione, ha dato il via ad un *Tavolo tecnico* che condurrà alla stesura di una nuova prassi di riferimento dal titolo *Gestione della crisi da sovraindebitamento*.

La prima riunione insediativa si è tenuta lo scorso 20 novembre 2017 presso la sede UNI di via Sannio a Milano e ha dato avvio ai lavori di elaborazione di un progetto che si svilupperà in un documento per la definizione della procedura delle attività attinenti la consulenza riguardante la composizione della crisi.

La prassi di riferimento che si intende elaborare intende fornire una linea guida per la definizione della procedura delle attività attinenti la consulenza, riguardante la composizione della crisi, in ogni fase di analisi documentale, tecnico-giuridica e formale, nonché la definizione delle relative caratteristiche del percorso formativo e le procedure necessarie alla conformità dello stesso.

Il documento fa riferimento al sovraindebitamen-

to, una nuova procedura che consente agli Enti, alle piccole imprese individuali e collettive, aziende agricole e a tutti i soggetti non fallibili, di risolvere la crisi di insolvenza tramite una procedura introdotta dalla Legge 3/2012 *“Disposizioni in materia di usura e di estorsione, nonché di composizione delle crisi da sovraindebitamento”*.

Si ricorda che le prassi di riferimento sono documenti che introducono prescrizioni tecniche o modelli applicativi settoriali di norme tecniche, elaborati sulla base di un rapido (al massimo 8 mesi dall'approvazione della richiesta) processo di condivisione ristretto ai soli autori e che verifica l'assenza di norme o progetti di norma allo studio sullo stesso argomento. Le prassi costituiscono una tipologia di documento para-normativo nazionale che va nella direzione auspicata di trasferimento dell'innovazione e di preparazione dei contesti di sviluppo per le future attività di normazione, fornendo una risposta tempestiva ai mercati in cambiamento.



## «Commercio al bivio»

Occorre una svolta: cambiare o perdere ancora terreno.  
Berlino Tazza : «Servono strategie nuove e una partnership  
pubblico-privato»

Dopo un 2017 in affanno, il commercio va incontro ad un 2018 ancora pieno di incognite. Una fase che può generare anche opportunità di crescita ma solamente se saranno attuati in tempo i cambiamenti necessari. E per farlo è indispensabile una vera partnership tra imprese, associazioni di categoria e istituzioni.

È il pensiero di **Berlino Tazza**, presidente di Sistema Impresa: «Il rischio della desertificazione dei centri urbani è alto. La rigenerazione è possibile ma deve mutare l'approccio delle amministrazioni pubbliche. I commercianti, da soli, non possono farcela. Noi siamo pronti a dare il nostro contributo». Ecco che cosa ci ha detto nell'intervista.

### Presidente, perché è necessaria una svolta?

«Perché siamo di fronte ad un cambio storico del paradigma degli acquisti: le logiche e le abitudini dei consumatori stanno mutando, molto velocemente.

Il sistema retail si deve adeguare alla nuove esi-

genze. Il consumatore oggi è più severo. Complici la crisi economica e la globalizzazione. Ne consegue che l'acquirente 2.0 vuole l'oggetto del desiderio su misura, subito, a buon prezzo e desidera avere la possibilità di sostituire l'acquisto in caso di problemi.

Il mezzo che risponde a tutte le sue esigenze è internet.

Per questo non devono stupirci le performance, sempre in crescita, dell'e-commerce. L'utente domanda e la rete risponde, si fa viva anche quando non ha richieste perché conosce gli utenti, li ha profilati in maniera precisa, sa cosa proporre e lo fa al momento giusto. Dobbiamo assorbirne le logiche.

L'avanzata dell'e-commerce, infatti, non significa che sparirà lo shopping tradizionale. Semplicemente il consumatore ha una nuova idea di shopping: non vuole solo comprare bensì provare un'esperienza.

Per farlo visita centri commerciali, outlet e, pur-

troppo sempre meno spesso, i centri delle città. Mediamente, il consumatore predilige il centro commerciale perché trova comodi parcheggi gratuiti, condizioni climatiche ottimali, un'offerta diversificata e molti servizi.

Il centro commerciale, negli ultimi dieci anni, ha sostituito la piazza come luogo di incontro. L'outlet viene scelto quando il consumatore vuole fare shopping di qualità senza rinunciare alla passeggiata all'aperto tra le vetrine. Il loro design è migliorato e sempre più architetti si cimentano nel progettare non-luoghi sempre più simili a veri e propri centri cittadini.

All'outlet l'acquirente trova grandi offerte tutto l'anno, marchi della moda e del lusso scontati e tutti i servizi che possiede anche il centro commerciale. Di fronte a questo panorama chi ne fa le spese sono i negozi dei centri storici delle nostre città.

Assistiamo dunque all'incessante turn over e allo scenario di troppi negozi sfitti che genera una dequalificazione dell'offerta e del centro stesso. Un fenomeno che possiamo stare a guardare o a cui possiamo provare a porre rimedio».

### Quali sono le soluzioni che propone Sistema Impresa?

«Bisogna partire dai vantaggi che offrono rete e grande distribuzione e creare un'alternativa valida, differente, che abbia gli stessi servizi, sfruttando il privilegio naturale che possiede la città: la bellezza degli spazi all'aperto e la ricchezza dei luoghi di interesse culturale.

Un vantaggio non da poco, se si considera che in America è già in corso il fenomeno delle dismissioni commerciali: stanno chiudendo molti "Mall", grandi agglomerati commerciali nelle periferie delle città, lasciando gravi difficoltà di riqualificazione urbana. Un tema che prima o poi dovremo

affrontare anche in Italia.

Per evitare di avere grandi cattedrali commerciali dismesse nelle nostre periferie difficili da riconvertire, occorre agire ora, limitando il più possibile l'ulteriore costruzione di altri centri e ulteriore consumo di suolo.

Cominciamo però ad immaginare un nuovo sistema Retail nei centri storici».

### In che modo?

«Partiamo dall'offerta. È vitale preservare le eccellenze, come insegna l'esperienza dell'Albo dei Negozi Storici di Regione Lombardia.

Contestualmente va agevolato l'insediamento di operatori commerciali giovani, innovativi e creativi. Occorre insistere sulla formazione degli operatori commerciali affinché imparino a conoscere approfonditamente il luogo in cui vivono: devono essere pronti a raccontarlo ai visitatori, possibilmente in più lingue, e devono contribuire a valorizzarlo.

Occorre poi che gli operatori commerciali vadano incontro alle esigenze del consumatore offrendogli ogni servizio (cambio merce, sarta, offerte personalizzate, eventi ad hoc, consegne a domicilio). Il commerciante, da solo, non ha la forza di invertire una tendenza.

Il commercio deve essere supportato da un progetto generale di rivisitazione.

Le istituzioni, le amministrazioni e le associazioni hanno questo compito determinante.

Ci sono alcuni punti da cui diventa urgente partire: occorre un piano della sosta e della mobilità "smart" e amico del commercio; bisogna selezionare eventi di qualità durante l'anno; occorre pensare a proposte turistiche per attrarre i visitatori a frequentare i centri, ipotizzando dei percorsi tematici che sappiano valorizzare le nostre ricchezze; serve dare al visitatore tutti i confort che richiede: aree wi-fi free, aree gioco e diver-

timento per bambini; da questo punto di vista mi piacerebbe proteggere e valorizzare gli spazi verdi nelle città, pensandoli a misura di famiglia; è necessario stilare un piano di marketing territoriale, costruendo una specifica brand identity della città, sfruttando il ruolo dei social media, che coinvolga tutti gli attori e che sappia promuovere l'intero territorio.

Un lavoro corale che necessita dell'impegno di tutti.

Le amministrazioni devono dialogare e accettare suggerimenti dalle diverse professionalità in campo. Non sempre è così».

### Lo scenario nei diversi territori. Quali sono le tendenze in atto?

«Un bilancio obiettivo del settore in questo periodo corre il rischio di essere mal interpretato.

Usciamo dal periodo dello shopping natalizio, che ha segnato un +10% in tutta Italia rispetto allo scorso anno e siamo appena entrati nei due mesi di saldi.

Sarebbe però limitativo fermarsi ad analizzare questi dati e leggerli come un segnale di ripresa. Senz'altro il settore sta uscendo dallo stagnante periodo della crisi economica.

Ma se vogliamo che il commercio si stabilizzi e riprenda davvero a funzionare a tutto tondo dobbiamo uscire dalla logica del provvisorio momento di business e parlare di prospettive a lungo termine.

Molte delle nostre città sicuramente possono contare sull'attrazione turistica, diversificata a seconda dei luoghi in cui ci si trova ma ricca in tutto lo stivale. Le visite nelle città e il commercio sono necessariamente legate.

Negli anni sono stati fatti diversi sforzi per dare un'identità riconoscibile a molti territori. La brand identity e le varie azioni di marketing territoriale però non sono sufficienti a trascinare il

*«Siamo di fronte ad un cambio storico del paradigma degli acquisti: le logiche e le abitudini dei consumatori stanno mutando, molto velocemente. Il sistema retail si deve adeguare. Il mezzo che risponde a tutte le nuove esigenze è internet»*

### Nuovo sistema retail nei centri storici

- preservare le eccellenze
- agevolare insediamento di start up
- formazione degli operatori commerciali
- servizi "ad hoc"
- eventi di qualità
- piano della sosta e della mobilità "smart"
- proposte turistiche per attrarre i visitatori e marketing territoriale
- aree wi-fi free
- spazi verdi
- brand identity e promozione della stessa

settore al sicuro.

Tanto è vero che i commercianti non vivono in prosperità. I vari capoluoghi fanno i conti con le problematiche elencate.

A ciò dobbiamo aggiungere le scelte scellerate di alcune amministrazioni relative all'allargamento e costruzione di nuove superfici di vendita di grandi dimensioni, poli in diretta concorrenza con i negozi del centro che sottraggono clienti».



**SISTEMA IMPRESA**  
Confederazione delle Imprese e dei Professionisti



Ente Bilaterale Nazionale del Terziario

**EBITEN**

SUPPORTA

**I LAVORATORI**  
ATTRAVERSO L'EROGAZIONE  
DI **SERVIZI**

**E LE AZIENDE**  
NELLA GESTIONE  
DEI **DIRITTI SINDACALI**

#### GLI INSERZIONISTI

SISTEMA IMPRESA	<a href="http://www.sistema-impresa.org">www.sistema-impresa.org</a>
FONDO FORMAZIENDA	<a href="http://www.formazienda.com">www.formazienda.com</a>
EBITEN	<a href="http://www.ebiten.it">www.ebiten.it</a>
FAI - TRASPORTO PERSONE	<a href="http://www.faiabus.it">www.faiabus.it</a>

**Responsabilità:** la riproduzione delle illustrazioni e degli articoli pubblicati è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della casa editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione saranno restituiti anche se non pubblicati e la Casa editrice non si assume la responsabilità nel caso si tratti di esemplari unici.  
La casa editrice non si assume la responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori nel caso fosse incorsa nella loro riproduzione sulla rivista.

**Privacy:** Ai sensi del D.Lgs 196/03 garantiamo che i dati forniti saranno da noi custoditi e trattati con riservatezza e utilizzati esclusivamente ai fini promozionali della nostra attività. I dati potranno essere altresì comunicati a soggetti terzi per i quali la conoscenza dei suoi dati risulti necessaria o funzionale allo svolgimento dell'attività della nostra società.



