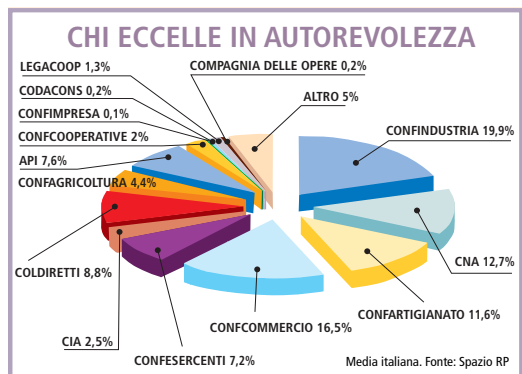


Confindustria piace agli opinion leader

E' l'associazione ritenuta più influente, anche se nel Lazio la batte Confapi. L'indagine di Spazio RP



CONFINDIRUSTRIA batte tutti in autorevolezza. Lo scenario è quello delle associazioni di categoria, a sancirlo un'indagine condotta dalla società Spazio RP su un panel di oltre 400 tra giornalisti economici, presidenti delle Camere di Commercio e rappresentanti delle Istituzioni locali, intervistati telefonicamente.

La volontà è stata quella di indicare le organizzazioni che meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori sul proprio territorio, in base a parametri come dinamicità, credibilità, qualità del servizio offerto ai soci, l'eventuale sito. Insomma, una valutazione basata soprattutto sulla sostanza più che sull'immagine (basti pensare che è avvenuta nel periodo "difficile" di **Confcommercio**, che nonostante tutto non è uscita bene), anche se un fattore risultò determinante nelle indicazioni è stato lo share of voice e la capacità comunicativa delle associazioni.

Certo le *physique du rôle* di Luca Cordeiro di Montezemolo un qualche peso lo avrà avuto, visto che col 19,9% dei consensi **Confindustria** è l'associazione più influente su scala nazionale. Le percentuali maggiori si sono registrate al Nord (22,6%) e al Sud (20,1%), mentre al Centro ha un vantaggio sensibilmente più ridotto rispetto alle associazioni di Pmi (6 punti di distacco da **Confartigianato** e **Confapi**, solo uno 0,2% da **Cna**). Per quanto riguarda il settore artigiano, a livello nazionale **Cna** e **Confartigianato** sono quasi pari. Sono invece riscontrabili notevoli differenze su base geografica: la **Cna**, con il 17,2% delle preferenze, ha il suo punto di forza nel Centro (Umbria, Marche, Emilia Romagna e Toscana). Al contrario, **Confartigianato** sembra acquisire importanza man mano che si

sale verso il Nord (Lombardia, Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige). Più bassa la percentuale raggiunta dalla **Confapi**, con un 7,6% complessivo con un gradimento maggiore al Centro (11,4%). Vera sorpresa il Lazio, regione in cui con il 20% la **Federlazio-Confapi** risulta la prima in assoluto, contro il 16,6% raggiunto dall'organizzazione degli Industriali. Ancora più indietro la **Compagnia delle Opere**, che solo in Lombardia raggiunge una percentuale significativa (3%). Sul fronte delle associazioni dei commercianti, **Confcommercio** è saldamente in prima posizione, con il 16,5% delle preferenze rispetto al 7,2% della **Confesercienti**. Nel comparto agricolo è la **Coldiretti** a conseguire il podio (8,8%), seguita dalla **Confagricoltura** prima e dalla **Cia**. Il rapporto percentuale fra le tre si mantiene abbastanza costante di regione in regione, con una punta massima al Sud dove, sommate, costituiscono quasi il 25% del totale delle associazioni. Per quanto concerne le organizzazioni che rappresentano le cooperative (**Confcooperative**, **Legacoop**), risultano ben radicate al Centro (2,8%) e nel Sud Italia (4,8%).

La società editrice Spazio RP, nata nel 2003, trae proprio dalla conoscenza capillare del "who's who" del territorio (associazioni, istituzioni e media) la propria forza. Guidata da **Roberto Portanova**, oltre a svolgere attività di ricerca pubblica strumenti utili a chi opera nel settore delle *pr* e del lobbying, come l'Annuario Italiano delle Associazioni di Categoria, quello dedicato ai Media, ed rom sui periodici specializzati e sui siti Internet. La società fornisce inoltre mailing list e servizi di "intelligence" e lancerà a breve il portale di informazioni e approfondimento **poterforti.it**. **M.COM.**

Niente sesso in tv né spot dei preservativi

Il canale polacco si autocensura per l'arrivo del Papa

NIENTE PUBBLICITÀ EROTICHE, niente programmi troppo spiritosi, niente spot su anticoncezionali, alcolici, biancheria e detergenti intimi. E una speciale commissione composta di redattori cattolici valuterà programmi e messaggi pubblicitari. Così la **Tvp**, televisione nazionale polacca, si attrezza per garantire al prossimo viaggio del Papa in Polonia il massimo della serenità. Secondo la **Gazeta Wyborcza**, la Tvp ha appena sospeso la programmazione di uno spot dei campionati di calcio in cui si vede una coppia inequivocabilmente impegnata in un amplesso, con tanto di sonoro. Lo spot non verrà trasmesso sul canale nazionale da qui al 29 maggio. Per il viaggio di **Benedetto XVI** (foto) a Varsavia e Cracovia, dal 25 al 28 maggio, inoltre, la Tvp curerà che la programmazione non comprenda trasmissioni volgari o con esibizioni violente, per far sì che le persone si concentrino sulle messe e gli appuntamenti con il Pontefice.



Dal 15 maggio e fino alla partenza del Papa, inoltre, una speciale commissione composta da redattori cattolici vaglierà sugli spot, eliminando tutti quelli che pubblicizzano birra e prodotti alcolici, prodotti di igiene intima, anticoncezionali e biancheria.

Campari, sotto il nuovo vestito c'è ancora passione

CAMPARI SI RINNOVA, con un restyling nelle forme e nella veste grafica, per continuare ad affermare la propria leadership.

L'aperitivo più noto al mondo sfoggia il suo nuovo abito con l'inattesa eleganza di un mito, senza stravolgere uno stile immutato negli anni: il visual è sempre raffinato, la bottiglia è più slanciata, il logo, più chiaro e visibile, orgoglioso di se stesso.

Il restyling d'insieme è firmato da **Classens International**, agenzia di Londra leader nel design e nella consulenza d'immagine di prodotto.

Da questa collaborazione è risultata una perfetta proiezione del brand nella nuova bottiglia, in grado di tradurre nel linguaggio dei sensi i valori della marca e di parlare alle nuove generazioni. «L'ultimo restyling è avvenuto nel '99 - dichiara **Jean Jacques Dubau**, vice direttore marketing internazionale **Gruppo Campari** - e abbiamo ritenuto fosse giunto il momento di studiare una nuova veste grafica in grado di proiettare ulteriormente Cam-

pari nel futuro, perpetuando la personalità e i valori del brand: passione, stile e contemporaneità. Un'immagine capace di parlare ai consumatori di sempre come alle nuove generazioni».

Sin dalla nascita, nel 1860, Campari ha saputo tradurre il suo linguaggio grafico nei timbri stilistici della sua epoca, anticipando le tendenze e diventando la sua volta icona di moda e stile. Nel suo adeguarsi alle nuove generazioni, al rinnovamento di gusti e forme in corso, che ha visto il mercato degli alcolici puntare sempre di più allo stile della bottiglia, si presenta ancora una volta puntuale e lo fa reinventando le regole e senza sottometterci alle mode.

«Campari è un brand di prestigio, di grande tradizione - afferma **Andrea Montorfano**, direttore marketing Italia Gruppo Campari -, ma soprattutto una marca in continua evoluzione. Lo conferma l'andamento dinamico anche sul mercato italiano, dove Campari si consolida sempre di più come prodotto simbolo nel momento dell'aperitivo».



SE IL PARTITO DEMOCRATICO NASCE DALLA BASE CON I BLOG



CONTINUA DALLA PRIMA PAGINA

O come Orgoglio Blog, quello di **Mario "Settantina in due" Adinolfi**: d blog, dove tutto è nato, stanno dimostrando di non essere chiacchiere al vento di persone virtuali. Il fatto che oggi questa sala sia stracolma di persone vuol dire che evidentemente dicevamo qualcosa che c'era bisogno che qual-

cuno dicesse. Abbiamo un'enorme opportunità da oggi, e abbiamo la possibilità di innescare la costituente del Partito Democratico.

Come Faro, perché questi "ragazzi" hanno un loro foro: si chiama **Paolo Gentiloni**, attualmente Presidente della Commissione di Vigilanza sulla **Rai**, un politico atipico e uno dei pochi capaci di affrontare un blog

i cui contenuti vengono impietosamente radiografati e criticati, nel bene e nel male, da questa generazione in un rapporto di stima reciproca sempre crescente. E al faro, presente in fondo alla sala, in amicizia da blogger a blogger, Adinolfi ha affermato: «Sai Paolo perché non c'è enfasi intorno alla notizia dei gruppi unici in Parlamento, di fatto un embrione di Partito democratico? Perché è una cosa decisa tra voi, fatta nel palazzo, e voi per primi non ci avete messo l'enfasi. Perché è una sommatoria di ceti dirigenti sclerotizzati: **Ds** e **Margherita**, fermi là a pensare che l'autotutela dei ceti dirigenti basti a innescare un processo virtuoso totalmente calato dall'alto», per concludere, sempre da blogger a blogger: «Dal 10 Aprile non abbiamo sentito una parola di autocritica, nessuno che abbia ammesso che quel risultato è un fallimento, perché sino a un mese prima del voto eravamo nella condizione di stravincere le elezioni, perché Francesco Rutelli, nel 2001, senza Rifon-

dazione, senza l'Italia dei Valori, senza Rosa nel pugno, è arrivato a 400.000 voti da **Berlusconi** e oggi, al Senato, siamo ancora a 400.000 voti di distanza».

E' toccato quindi a **Paolo Gentiloni**, commentare questa voglia di rinnovamento che parte dalla Rete.

Una nuova generazione vuole un Partito Democratico che non sia la somma dei vecchi apparati. Qualcuno degli attuali dirigenti farà il famoso passo indietro oppure... «Io non ho mai visto classi dirigenti, tranne singole illuminate personalità, fare passi indietro, né in politica né in economia, né altrove. Il problema per le nuove generazioni che si affacciano alla politica non è chiedere ai vecchi di fare passi indietro ma di farsi largo. Il Partito Democratico ha tutto da guadagnare dal fatto che il percorso si muova contemporaneamente dal basso e dall'alto, e che una componente di questo percorso dal basso sia una nuova generazione, ma attenti: pasti gratis non ce ne sono».

A questa U Generation ci crede? «Io ci credo, però bisogna che si capisca che quando si dice che non bastano le classi dirigenti dei partiti si dice una cosa giusta, ma le classi dirigenti sono indispensabili a questo processo, senza di esse non si fa il progredire di fusione. Il problema è che le altre energie debbono organizzarsi, darsi una prospettiva, come si sta facendo questa mattina, e anche un pochino farsi largo e gomitate, ma gomitate di idee».

GIORGIO SEBASTIANO

PUBBLICITÀ

Il Sole "raccolge" per l'Unità

WebSystem, la divisione per l'on line della concessionaria di pubblicità de **Il Sole 24 Ore**, arricchisce il proprio network con una nuova acquisizione: il sito Internet de **L'Unità** appena rinnovato nella grafica e nei contenuti. **Unità.it** va così ad aggiungersi a **LaStampa.it** e allo stesso **IlSole24Ore.com** formando un bacino di utenza complessivo superiore ai 4 milioni di audience. Con una crescita costante del 50% l'anno, **www.Unità.it** può vantare oggi 100.000 visitatori al giorno e una utenza mensile pari a 670.000 unità. L'ingresso nel portafoglio WebSystem avviene in concomitanza con la nuova versione del sito on line dal primo di maggio: le novità non riguardano solo la parte grafica ma tutta l'impostazione del sito, a partire da una home page più ampia e con più spazio dedicato alle news.

Saatchi e i sogni di Banca Intesa

E' partito domenica il nuovo spot della campagna Banca Intesa, realizzato da **Saatchi & Saatchi**. Al centro della vicenda le piccole grandi storie di diverse persone, che grazie a **Pretestina** riescono a realizzare i loro desideri. Il regista è **Andrew Douglas**, la *cdp* **Enormous Films**. Lo spot è stato girato a Milano. Presto sarà seguito da un altro episodio, dedicato a **Intesa Mutuo 95**. Il copy della campagna è **Alessandro Omni**, l'art **Franz Degano**, la direzione creativa di **Guido Cornara** e **Agostino Toscana**. **Piandifica Mediaedgeia**.

Cucciolone a ruba con McCann

È in onda la nuova campagna tv di **McCann Erickson** per il gelato **Cucciolone Cooky di Alga**. Nei nuovi spot il gelato diventa l'oggetto del desiderio dei "grandi" che addirittura lo rubano ai piccoli ragazzini. Lo spot è stato girato a Barcellona dalla *cdp* **Mercurio Cinematografica**. Ideatori della campagna **Emma Lanfranchi** (copy) e **Andrea Mineo** (art) e la direzione creativa di **Giorgio Natale** e **Federica Ariagno**.

Publicis "sociale"

La Lega Italiana Fibrosi Cistica **Onlus** e **Lightbay Sailing Team** (team velico) hanno presentato a Milano il progetto "Lightbay sails for life", campagna di responsabilità sociale ideata da **Lightbay Sailing Team** per finanziare la ricerca scientifica dell'Istituto Europeo per la Ricerca in Fibrosi Cistica (**IERFC**). La campagna si svolgerà da maggio e proseguirà fino al 2006, con il patrocinio del Coni e della Federazione Italiana Vela (**FIV**). Firma la sede di Roma di **Publicis**, con il claim "Per una volta vogliamo andare a fondo". Direttore creativo esecutivo è **Alasdair Macgregor-Hastie**, art **Claudia Ganapini**, copy **Laura Pecoraro**.

MARKETING

12.88 fa il pieno di rime

Sono stati ben 16.209 i concorrenti/poeti che hanno prodotto 87.934 rime inviate al sito **www.1288.it**, con punte di oltre 8.000 composizioni in un solo giorno. Questi i numeri del concorso "Inventa la tua rima" organizzato da 12.88, società di servizi telefonici. Per tutti i partecipanti al concorso è in arrivo un CD con la canzone dei **Pelotti** in versione completa. Per i migliori 12 un CD con un'edizione speciale della canzone dei "Fans del Pelotto" cantata da **Bobby Solo**, con le rime ideate dagli stessi "parolieri" vincitori.

Conto Arancio al "supermarket"

E' attiva a pieno regime l'attività di trade marketing di **Ing Direct**, il terzo canale di vendita (con Internet e telefono) della banca on line più grande al mondo. 80 i sale promoter e 45 i centri commerciali italiani dove, presso gli stand **Ing Direct**, sarà possibile richiedere informazioni e attivare in loco **Conto Arancio** ad un tasso di interesse speciale. I centri coinvolti nel progetto sono in Lombardia, Piemonte, Veneto, Lazio ed Emilia Romagna, con l'obiettivo di arrivare a coprire tutto il territorio italiano.



FABRIZIO RICCI

Se le associazioni di categoria umbre si sfidassero in una gara per stabilire a chi spetta la medaglia della più autorevole e influente, sul podio della provincia di Perugia troveremmo Confindustria, Cna e Confartigianato, mentre nella provincia di Terni ai primi tre posti si classificherebbero Confcommercio, Confindustria e Cna.

Sono questi i risultati di una ricerca condotta dalla testata giornalistica specializzata "Spazio Rp" che ha intervistato una serie di "opinion leaders" (giornalisti, assessori, presidenti delle Camere di commercio, etc.) in tutte le province del Bel Paese chiedendo loro di indicare le organizzazioni che a loro dire meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori sul proprio territorio, in base a specifici parametri di valutazione. La ricerca - che vanta tra l'altro il plauso del presidente della Repubblica Ciampi "per il suo alto valore scientifico" - descrive per le due province umbre una situazione simile ma non identica.

Se a Perugia infatti il primo posto spetta a Confindustria, di cui gli "opinion leaders" intervistati sottolineano la "organizzazione capillare" e "il contributo allo sviluppo locale attraverso collaborazioni con altre associazioni d'impresa, con i sindacati e, recentemente, con le facoltà scientifiche dell'Università", a Terni invece sventa Confcommercio, di cui vengono evidenziati in particolare "gli sforzi notevoli compiuti per incentivare l'apertura di nuovi esercizi, tramite l'organizzazione di numerosi corsi di formazione e l'offerta di servizi di assistenza in materia di adempimenti burocratici". Dunque, in un ipotetico medagliere umbro, gli ori andrebbero a Confcommercio e Confindustria (che può vantare anche un argento nella provincia di Terni). Ma un buon punteggio lo otterrebbe anche la Cna, associazione molto forte nel Centro Italia (come si può vedere nel grafico a fianco), che secondo la ricerca di "Spazio Rp" si merita un argento in provincia di Perugia e un bronzo in quella di Terni. Tra i pe-

Una ricerca di "Spazio Rp" su un campione di opinion leaders svela i rapporti di forza

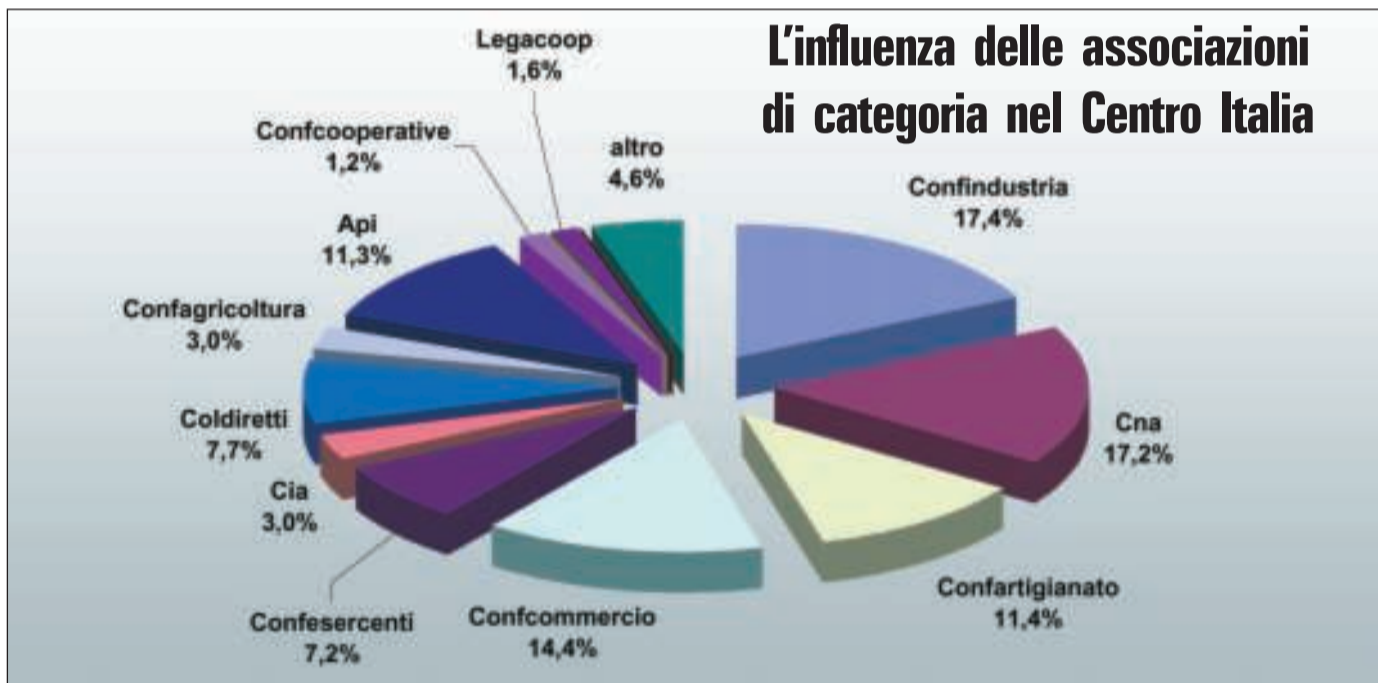


Situazione diversa nelle due province umbre e rispetto al panorama nazionale

LA CLASSIFICA

Associazioni di categoria, ecco chi conta di più in Umbria

Nel medagliere delle due province svettano Confindustria e Confcommercio



Perugia, oro a Confindustria

Nella provincia di Perugia gli opinion leaders intervistati mettono al primo posto tra le associazioni più influenti la Confindustria. Al secondo posto c'è la Cna seguita al terzo da Confartigianato.



La ricerca elogiata da Ciampi

La ricerca - si legge nel comunicato diramato dal gruppo "Spazio Rp" - vanta anche il plauso del presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi "per l'alto valore scientifico".



Confcommercio prima a Terni

Nel Ternano la medaglia d'oro dell'associazione più influente spetta alla Confcommercio. Segue al secondo posto Confindustria, mentre la medaglia di bronzo va alla Cna.



A palazzo Donini l'assessore Giovannetti ha illustrato la proposta Regione e associazioni d'impresa, cabina di regia contro le crisi

Definire di un percorso di intervento per la gestione delle situazioni di crisi delle aziende umbre: è quanto proposto stamani dall'assessore regionale Mario Giovannetti, in un incontro a Perugia, con un documento illustrato ai rappresentanti di Confindustria, Confapi, Confartigianato, Cna, Lega Cooperative, Gepafin, Sviluppumbria, Cgil e Cisl.

Giovannetti - riferisce la Regione in un comunicato - ha spiegato che le azioni per fronteggiare la congiuntura "vanno collocate nella discussione più generale definita nel patto per lo sviluppo, nei documenti sulle politiche industriali e sulla riforma delle agenzie, al fine di definire una strategia complessiva di intervento. Pur essendo consapevoli che non tutte le crisi sono prodotte dai medesimi fattori, è comunque necessario definire un percorso omogeneo, che metta a sistema le attività dei diversi attori, per attuare azioni di prevenzione e per una più efficace cooperazione fra i soggetti chiamati ad intervenire, nel doveroso rispetto dell'autonomia e del ruolo di

ciascuna delle parti in causa. In questo senso va ribadita la validità del protocollo attivato con il settore del credito, che rappresenta uno strumento indispensabile, già peraltro sperimentato, nella gestione di crisi finanziarie delle imprese". Giovannetti ha ribadito che il suo assessorato attiverà un servizio di controllo e monitoraggio delle situazioni di crisi, attraverso la costituzione di una "cabina di regia", composta dalle associazioni imprenditoriali, dalle camere di commercio, dalle organizzazioni sindacali e dalla Regione, che ne coordinerà le attività. Alla cabina di regia spetterà il compito, sulla base di un'assunzione di responsabilità politica da parte di tutti i soggetti coinvolti, di indirizzare le singole situazioni di crisi verso la "struttura dedicata", prevista dal protocollo del credito.

Gli intervenuti - sottolinea il comunicato di palazzo Donini - hanno condiviso il percorso proposto dall'assessore, sottolineando l'opportunità e la necessità di procedere rapidamente alla sua attuazione.

100 PIAZZE PER L'AMBIENTE E LA SICUREZZA STRADALE

Oggi controlli gratuiti sulle auto offerti da Confartigianato e Autopromotec

Confartigianato autoriparazione e Autopromotec, al fine di sensibilizzare i cittadini sui temi della tutela dell'ambiente e della sicurezza dei veicoli, hanno organizzato anche per quest'anno l'iniziativa denominata "100 piazze per l'ambiente e la sicurezza stradale", campagna realizzata con l'adesione di Legambiente, Adiconsum e Snapis (Sindacato nazionale autonomo periti infortunistica stradale) e patrocinata dal Ministero dell'Ambiente. Stamatina, dalle 8.30 alle 12.30, il personale tecnico dei centri revisione della provincia di Perugia, associati a Confartigianato e aderenti all'iniziativa, sarà a disposizione per effettuare i controlli gratuiti sui sistemi di sicurezza attiva e passiva dei veicoli i cui proprietari ne vorranno verificare l'efficacia. Sono 18 i centri che daranno la loro disponibilità, tra cui le varie sedi di Consauto, Centro revisione veicoli Spacchetti, Autofficina Trotta, Autofficina Vega, Autogomme, Centro revisione Zocchi, Giaggioli Nazzareno e Officina meccanica Lombardi: gli indirizzi completi sono consultabili sul sito www.confartigianatoperugia.it. Al fine di costituire un archivio prezioso per capire a livello statistico le condizioni in cui versa l'attuale parco auto circolante, è stata predisposta una scheda dove verranno annotate le condizioni delle auto controllate e, i risultati dei test eseguiti oggi, saranno raccolti ed elaborati in forma totalmente anonima, per essere poi presentati e discussi nel corso di un convegno che sarà realizzato a breve in collaborazione con Autopromotec. "L'obiettivo primario dell'iniziativa - ricorda Fabrizio Scacciata, segretario della federazione Autoriparazione di Confartigianato Imprese Perugia - è sensibilizzare i cittadini sull'importanza della corretta manutenzione del bene automobile".





[:: HOME](#) [:: CHI SIAMO](#) [:: SOCI](#) [:: COMUNICATI](#) [:: BANDI](#) [:: SERVIZIO NE](#)

[:: AREA RISERVATA](#)

[:: RICERCA](#)



:: Interventi e destinatari IPI

- Servizi e consulenza
- Partecipazione a gare internazionali
- Attività di formazione
- Prodotti
- Destinatari area nazionale
- Destinatari area estera
- Dicono di noi
- Credito al consumo - Fondo di Garanzia

:: Politiche di sviluppo e competitività

- Sistema industriale
- Politiche per la competitività
- Politiche per le imprese
- Politiche per il Turismo

:: Innovazione e trasf. di conoscenza

- Sistema innovativo nazionale
- Sistema innovativo internazionale
- Politiche per l'innovazione
- Ambiti d'intervento
- Proprietà industriale - P.I.
- Reti per l'innovazione
- Altri progetti internazionali

:: Politiche di coesione e sviluppo locale

- Norme sugli aiuti di Stato
- Fondi Strutturali 2007 - 2013
- Fondi Strutturali 2000-2006
- PON
- PIA
- PON Atas - Energia
- Energia e Ambiente - Kyoto
- Reti e Progetti speciali
- Programmazione regionale
- Regioni obiettivo 1 - Mezzogiorno
- Regioni obiettivo 2

:: Incentivi pubblici e strumenti finanziari

- Sistema degli incentivi nazionali
- Legge 488 e Credito d'imposta
- Leggi delegate
- Programmazione negoziata
- Nuova imprenditorialità
- Ricerca e sviluppo
- Internazionalizzazione
- Strumenti di gestione finanziaria
- Tutela ambientale
- Agroindustria

:: Tutela dei consumatori e concorrenza

- Politiche per i consumatori
- Tutela consumatori
- Tutela della concorrenza

:: Cooperazione industriale bilaterale

- Africa
- Asia
- Europa

:: Cooperazione industriale decentrata

:: Cooperazione industriale multilaterale

- Cooperazione Industriale Eu-Med

Comunicati / Notizie

Una ricerca di Spazio RP individua le associazioni di categoria in Italia

Con il 19,9% dei consensi la Confindustria è risultata l'associazione nazionale.

Per quanto riguarda il settore artigiano, a livello nazionale Cna e Cco quasi pari: la distanza tra le due, infatti, è di appena un punto percentuale (12,7% contro 11,6%).

Sul fronte delle associazioni dei commercianti, Confcommercio è salita in posizione, con il 16,5% delle preferenze rispetto al 7,2% della Confindustria. Nel comparto agricolo è la Coldiretti a conseguire il primato (8,8%), Confagricoltura e dalla Cia poi.

Per quanto concerne le organizzazioni che rappresentano le cooperative (Confcooperative, Legacoop), risultano ben radicate al Centro (2,8% (4,8%).

[Leggi il comunicato per esteso](#)



[HOMEPAGE](#)
[AREA FERPI](#)
[ARCHIVIO
CONOSCENZE](#)
[FERPI NOTIZIE](#)

[News Italia](#)
[News Mondo](#)
[Agenda della settimana](#)
[Sito della settimana](#)
[Libro della settimana](#)
[Iscriviti alla newsletter](#)

[PROGETTI FERPI](#)
[ATTIVITA'](#)
[FERPI
SUL TERRITORIO](#)
[UNIFERPI](#)
[CERCO/OFFRO
LAVORO](#)
[CERCA NEL SITO](#)

FERPI

FEDERAZIONE RELAZIONI PUBBLICHE ITALIANA

NEWS ITALIA



Ferpi notizie > News Italia > Settimana dal 01/05/2006 al 07/05/2006 > Quali sono le Associazioni di Categoria più influenti in Italia?

Quali sono le Associazioni di Categoria più influenti in Italia?

Lo svela una ricerca di "Spazio RP".

Riceviamo e volentieri pubblichiamo:
Una ricerca di Spazio RP individua le associazioni di categoria più influenti in Italia

Premesse e Metodologia. Oltre 400 tra giornalisti economici, presidenti delle Camere di Commercio e rappresentanti delle Istituzioni locali: è questo il campione di opinion leader adottato dalla testata giornalistica "Spazio RP" per la prima ricerca italiana volta a misurare il grado di autorevolezza delle associazioni di categoria nel Paese.

Tramite lo strumento dell'intervista telefonica, i soggetti interpellati (un minimo di 4 per provincia) sono stati invitati a indicare le organizzazioni che meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori sul proprio territorio, in base a specifici parametri di valutazione:

- le particolarità dell'economia di zona, che tendono a favorire le associazioni di un settore piuttosto che di un altro per quanto concerne il numero di iscritti;
- l'attivismo e la dinamicità, secondo una maggiore o minore propensione a organizzare eventi, convegni, manifestazioni e ad intervenire nelle questioni più importanti della vita pubblica;
- la credibilità e il prestigio raggiunti nella tutela degli interessi dei propri associati, nel rapporto con le Amministrazioni, le forze politiche e le Parti Sociali;
- la qualità del servizio offerto ai soci in materia di assistenza tecnica e burocratica;
- lo *share of voice* e la capacità comunicativa, ovvero la presenza sui mass media e l'assiduità nell'invio di comunicati stampa di carattere informativo e promozionale;
- l'eventuale presenza di un sito web e la qualità dello stesso.

In seguito alle indicazioni degli opinion leader sono state individuate le associazioni più influenti a livello locale. Una successiva elaborazione statistica dei dati, con l'attribuzione di un punteggio proporzionale al numero di province per regione, ha permesso di calcolare complessivamente il peso di ciascuna associazione di categoria italiana sul territorio.

I risultati. Col 19,9% dei consensi la Confindustria è l'associazione più influente su scala nazionale. Ciò a riprova dell'autorità e dell'istituzionalità raggiunte: per quasi tutti gli intervistati è l'Associazione per eccellenza. Le percentuali maggiori si sono registrate al Nord (22,6%) e al Sud (20,1%), mentre al Centro ha un vantaggio sensibilmente più ridotto

- ▶ iscriviti alla newsletter
- ▶ fai di Ferpi la tua homepage
- ▶ aderisci a Ferpi

Diario News Italia

Maggio 06						
L	M	M	G	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

Ultime News Italia

- ▶ Il terreno frana sotto i nostri piedi
- ▶ Ferpi e Università Iulm vincono l'assegnazione del congresso Eupretra a Milano nel 2008
- ▶ La ricerca nelle, sulle e per le Relazioni Pubbliche e la distinzione con la docenza e la professione
- ▶ La comunicazione pubblica: spreco o valore? Ruolo della valutazione
- ▶ Identificare gli stakeholder: ecco un bell'aiuto da Nicola Borzi de Il Sole 24 Ore
- ▶ Imprese romane e CSR: ancora molto lavoro da fare...
- ▶ Quali prospettive per la comunicazione finanziaria?
- ▶ La comunicazione scritta in Internet
- ▶ Un invito per i soci Ferpi al 25° anniversario della Società Ticinese di Relazioni Pubbliche
- ▶ Cantieri: l'agenda la scrivono gli innovatori



[Iscrizione](#)

[Contatti](#)

Ricerche

Parola Chiave

Cerca cosa:

Tutte le parole

Cerco in:

Titolo

Descrizione Breve

Testo completo

Autore

Numero newsletter

- Tutte -

Categoria

- Tutte -

CERCA

Le più lette

9 maggio, la Festa dell'Europa, quella dei cittadini

05/05/2006

L'Europa che comunica,

ComunicatoriPubblici Newsletter - Anno IV 201 (05/05/2006)

[<< Pagina indice](#)

Ricerca Spazio RP, le associazioni di categoria più influenti in Italia

Oltre 400 tra giornalisti economici, presidenti delle Camere di Commercio e rappresentanti delle Istituzioni locali: è questo il campione di opinion leader adottato dalla **testata giornalistica "Spazio RP"** per la prima ricerca italiana volta a misurare il grado di autorevolezza delle associazioni di categoria nel Paese.

La riflessione da cui è partita la nostra ricerca è questa – spiega **Roberto Portanova**, direttore responsabile di "Spazio RP" – L'economia italiana ha scoperto bruscamente che il sistema industriale basato principalmente su un'ossatura di piccole e piccolissime aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale. Oggi le chiavi per competere risiedono in campi cui un universo di microimprese non può accedere facilmente. Crediamo che in questo panorama un ruolo chiave debbano giocare stakeholder e motori di coesione come le associazioni d'impresa. Le quali possono diventare protagoniste nel superare gli individualismi al fine di far emergere e soddisfare interessi di interi settori produttivi o aree geografiche, e contribuire così alla ripresa economica del Paese intero".

La ricerca, che vanta il plauso per l'alto valore scientifico del Presidente della Repubblica **Carlo Azeglio Ciampi**, ha l'obiettivo di fornire stimoli di riflessione e materiale da pubblicare per concorrere alla diffusione di una concreta cultura del fare associazionismo d'impresa.

La pubblicazione del primo **Annuario Italiano delle Associazioni di Categoria**, firmata da "Spazio RP", va in questa direzione. Il volume, disponibile da fine maggio in libreria, conterrà i riferimenti di circa 8mila tra associazioni, sindacati, ordini professionali, distretti e consorzi. Inoltre accoglierà gli interventi e i contributi di oltre cento rappresentanti delle Istituzioni locali.

Tramite lo strumento dell'intervista telefonica, i soggetti interpellati sono stati invitati a indicare le organizzazioni che meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori sul proprio territorio, in base a specifici parametri di valutazione, per esempio attivismo e dinamicità; la credibilità e la qualità del servizio

il Libro bianco definirà i criteri

05/05/2006

Diventare giornalisti con un Master alla Statale di Milano

05/05/2006

Libertà di stampa, un miraggio: è testa a testa Italia-Botswana

05/05/2006

Immagini dalla P.A.: quattro i temi del Fotoconcorso di COM-PA 2006

05/05/2006

Ultime 20 Newsletter

Anno IV 201 (05/05/2006)

[Vai >](#)

offerto ai soci, nonché lo share of voice, la capacità comunicativa.

I risultati. Col 19,9% dei consensi la **Confindustria** è l'associazione più influente su scala nazionale. Ciò a riprova dell'autorità e dell'istituzionalità raggiunte: per quasi tutti gli intervistati è l'Associazione per eccellenza. Le percentuali maggiori si sono registrate al Nord (22,6%) e al Sud (20,1%), mentre al Centro ha un vantaggio sensibilmente più ridotto rispetto alle associazioni di Pmi (6 punti di distacco da Confartigianato e Confapi, solo uno 0,2% da Cna).

Si tratta di un dato poco sorprendente, considerate le particolarità economiche delle aree geografiche in questione: chiaramente Confindustria risulta la principale organizzazione laddove prevalgono grandi aggregazioni industriali (vedi Nord-Ovest) o perdurano le cosiddette "cattedrali nel deserto" (Puglia, Basilicata, Calabria) mentre, pur conservando il primato, ha un peso politico meno assoluto nelle regioni in cui è presente una forte cultura dell'imprenditoria medio-piccola.

Per quanto riguarda il settore artigiano, a livello nazionale **Cna** e **Confartigianato** sono quasi pari: la distanza tra le due, infatti, è di appena un punto percentuale a favore della prima (12,7% contro 11,6%). Sono invece riscontrabili notevoli differenze su base geografica: la Cna, con il 17,2% delle preferenze, ha il suo punto di forza nel Centro Italia, con un'influenza quasi pari a quella di Confindustria. Al contrario, la Confartigianato sembra acquisire importanza man mano che si sale verso il Nord, rivelando tutta la sua efficacia proprio in regioni come la Lombardia, il Friuli Venezia Giulia e il Trentino Alto Adige e raggiungendo nell'insieme il 16,2% dei favori.

Più bassa la percentuale raggiunta dalla **Confapi**, con un 7,6% complessivo, e dalla **Compagnia delle Opere**, il cui nome sembra tuttora legato prevalentemente alla regione di origine, la Lombardia, l'unica in cui abbia raggiunto una percentuale significativa (3%).

Sul fronte delle associazioni dei commercianti, **Confcommercio** è saldamente in prima posizione, con il 16,5% delle preferenze rispetto al 7,2% della Confesercenti.

Nel comparto agricolo è la **Coldiretti** a conseguire il podio (8,8%), seguita dalla **Confagricoltura** prima e dalla **Cia poi**.

Per quanto concerne le organizzazioni che rappresentano le **cooperative** (Confcooperative, Legacoop), risultano ben radicate al Centro (2,8%) e nel Sud Italia (4,8%).

Leggi i risultati della [ricerca](#).



SUPERVALUTAZIONE HP.
**INVESTIAMO NELLA
TUA STAMPANTE**

Fino a **1.750 Euro** per la tua stampante
all'acquisto di un modello HP,
fino al 31 Luglio



TROVA

Cerca in Economia | cerca nel Web

Martedì 2 Maggio

:: [News](#) :: [Sport](#) :: [Economia](#) :: [Shopping](#) :: [Community](#) :: [Adsl](#) :: [Internet](#)
Gratis



[Home](#) > [PMI](#) > **notizia**

Economia News | PMI

News

[Economia e Borsa](#)

[Ultimissime](#)

[PMI](#)

[News settori](#)

- [Aziende](#)
- [Lavoro](#)
- [Salvadanaio](#)
- [Finanza](#)

Strumenti

- [Estratto conto](#)
- [Cambiavalute](#)
- [Portfolio](#)
- [Bollo Auto](#)
- [Busta Paga](#)
- [Scadenze Fiscali](#)
- [Trova lavoro](#)
- [Codice Fiscale](#)
- [Concorsi Pubblici](#)
- [Glossario](#)
- [Calcola il tuo Mutuo](#)
- [Richiedi un Prestito](#)
- [Assicurazione](#)

Viaggi

- [Trova Master](#)
- [Offro/Cerco Lavoro](#)

ASSOCIAZIONI/ SPAZIO RP: CONFINDUSTRIA LA PIU' INFLUENTE
28/04/2006 15:06

Roma, 28 apr. (Apcom) - Confindustria è la più influente associazione su scala nazionale, in particolare al Nord. Sul fronte artigiano Cna è la prima, seguita 'a ruota' da Confartigianato. Per i commercianti 'vince' Confcommercio. Per gli agricoli è la Coldiretti a conseguire il podio. Sono questi i risultati della ricerca di 'Spazio RP' sul grado di autorevolezza delle associazioni di categoria italiane fatta su un campione di oltre 400 opinion leader tra giornalisti economici, presidenti delle Camere di Commercio e rappresentanti delle istituzioni locali.

L'economia italiana, spiega 'RP', ha "scoperto bruscamente che il sistema industriale basato principalmente su un'ossatura di piccole e piccolissime aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale". In questo contesto, "un ruolo chiave" devono "giocarlo stakeholder e motori di coesione come le associazioni d'impresa".

Confindustria raccoglie il 19,9% dei consensi: per quasi tutti gli intervistati è l'Associazione per eccellenza, in particolare al Nord (22,6%) e al Sud (20,1%), mentre al Centro ha un vantaggio sensibilmente più ridotto rispetto alle associazioni di Pmi (6 punti di distacco da Confartigianato e Confapi, solo uno 0,2% da Cna).

Il settore artigiano vede Cna al 12,7% e Confartigianato all'11,6%. Ma notevoli differenze ci sono su base geografica: la Cna, ha il suo punto di forza nel Centro Italia (17,2%) in particolare in aree manifatturiere, con un'influenza quasi pari a quella di Confindustria. Al contrario, la Confartigianato sembra rivelare la sua efficacia al Nord, in regioni come la Lombardia, il Friuli Venezia Giulia e il Trentino Alto Adige e raggiungendo nell'insieme il 16,2% dei favori.



mercato
S&P/MIE
+0,73
Dow Jones
0,21
Milano

Conto Arancio

Apri or
3,50% di
a c

Mutuo

Il mu

Pre

Più bassa la percentuale raggiunta dalla Confapi, con un 7,6% complessivo che necessita di una lettura particolare: le Api riscuotono un consenso decisamente maggiore al Centro, dove arrivano all'11,4%, mentre, con l'eccezione del Lazio (20%), nel resto d'Italia non riescono a scalfire la forza contrattuale della Confindustria e ad imporsi in maniera decisiva. Ancora più indietro la Compagnia delle Opere, che solo in Lombardia ha raggiunto una percentuale significativa (3%).

Risp.
Confr
polizze a
Quandc
Scop

Sul fronte delle associazioni dei commercianti, Confcommercio è saldamente in prima posizione, con il 16,5% delle preferenze rispetto al 7,2% della Confesercenti. Le uniche regioni in cui il dato non è confermato sono la Puglia, in cui ha prevalso Confesercenti, e l'Abruzzo, nel quale hanno entrambe lo stesso punteggio.

Y

Nel comparto agricolo è la Coldiretti a conseguire il podio (8,8%), seguita dalla Confagricoltura prima e dalla Cia poi. Il rapporto percentuale fra le tre si mantiene abbastanza costante di regione in regione, con una punta massima al Sud dove, sommate, costituiscono quasi il 25% del totale delle associazioni, segno della centralità che ancora riveste l'agricoltura nell'economia meridionale.

Le cooperative (Confcooperative, Legacoop), risultano ben radicate al Centro (2,8%) e nel Sud Italia (4,8%). In regioni come l'Emilia Romagna, dove il dato cresce in maniera sensibile, ha chiaramente pesato la forte tradizione delle cooperative rosse. Al Sud invece ha inciso, da una parte, la nascita delle cooperative edilizie a partire dagli anni Sessanta, un fenomeno legato all'edilizia convenzionata, e dall'altra la presenza storica delle cooperative agricole nelle campagne e nelle piccole province, con un radicamento capillare e un potere unico laddove altre organizzazioni non hanno avuto modo o occasione di svilupparsi.

copyright @ 2006 APCOM

[Virgilio Toolbar](#)
[C6 Messenger](#)
[Virgilio Screensaver](#)
[RSS Reader](#)
[Segr](#)

[Asta Online](#) |
 [Lastminute](#) |
 [Innamorati](#) |
 [Carta Virgilio](#) |
 [Mutui](#) |
 [Trovaricette](#) |
 [Prestiti](#)

[Adsl](#) |

PRIVACY © 1997 - 2006 MATRIX S.P.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI  [NOTE LEGALI](#) [W](#)

Ecco le associazioni siciliane più attive

Il giornale "Spazio RP" ha condotto una ricerca sul peso dell'associazionismo d'impresa nel bilancio economico del Paese
I principali opinion leader dell'Isola hanno sottolineato, ad es., l'impegno di Cna, Coldiretti e Cia sul territorio di Ragusa



Quali sono le associazioni di categoria più attive della Sicilia? È quanto si è chiesta la testata giornalistica "Spazio RP" nell'ambito di una ricerca più ampia sul peso dell'associazionismo d'impresa nel bilancio economico del Paese. I primi risultati dell'indagine, condotta su un campione di oltre 300 personalità influenti su tutto il territorio nazionale, hanno portato all'individuazione delle organizzazioni che meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori in ogni regione d'Italia.

Interpellati infatti sul ruolo che le associazioni svolgono nello sviluppo e nella promozione del territorio in cui operano, i principali opinion leader siciliani hanno sottolineato l'impegno di:

SU AGRIGENTO

- Coldiretti, per la tutela costante degli interessi della categoria nei confronti delle Istituzioni, soprattutto in difesa delle produzioni agricole locali, e più in generale del *Made in Italy*;

- Confimpresa, per l'attenzione prestata al tema della formazione professionale, mediante corsi di qualificazione e attività di alfabetizzazione;

- Confcommercio, per le puntuali campagne d'informazione sulle modalità di presentazione delle istanze di finanziamento ai sensi della Legge 488/92 per l'industria, l'artigianato e i servizi alle aziende, e della Legge 215/92 per l'imprenditoria femminile.

SU CALTANISSETTA

- Assindustria, per la rappresentanza autorevole dei propri iscritti nei confronti delle istituzioni pubbliche, del sindacato e del sistema bancario, nonché per l'erogazione di servizi alle imprese associate, in termini di consulenze qualificate sui temi di maggiore interesse aziendale;

- Confesercenti, sempre al centro di importanti campagne di sensibilizzazione: per discutere e promuovere sul territorio azioni di contrasto all'infiltrazione della malavita organizzata nelle attività commerciali, contro il racket e la diffusione dell'usura, per fronteggiare l'avvento della grande distribuzione e quindi di centri commerciali di proprietà delle multinazionali;

- Cia, per l'offerta qualificata di rassegna stampa di settore su temi importanti

come l'agricoltura biologica e gli Ogm.

SU CATANIA

- Confcommercio, per il supporto alla creazione di nuova imprenditorialità, mediante la nascita di esercizi commerciali e aziende giovani e la crescita delle piccole-medie imprese nelle loro strategie comunicative;

- Assindustria, per il forte sostegno alla competitività del comparto, dimostrato avviando una rete consolidata di collaborazioni con l'Università di Catania in materia di formazione d'eccellenza, sviluppo della ricerca e diffusione dell'innovazione;

- Cia, per la progettazione di eventi promozionali come convegni, fiere e degustazioni dedicate ai sapori della Sicilia.

SU ENNA

- Cna, per l'opera di salvaguardia dei diritti della piccola imprenditoria e per l'attenzione costante ai temi del rilancio tramite un'intensa attività di informazione in materia di agevolazioni, finanziamenti e normative di legge;

- Confartigianato, per le politiche di aggiornamento e formazione professionale predisposte allo scopo di favorire la riqualificazione del territorio, anche attraverso l'inaugurazione di nuovi settori produttivi;

- Assindustria, per la capacità di cooperare con altre associazioni al fine di analizzare i punti deboli dell'economia ennese e suggerire di conseguenza strategie di sviluppo locale, e per la grande abilità comunicativa nel rendere note all'esterno le proprie iniziative.

SU MESSINA

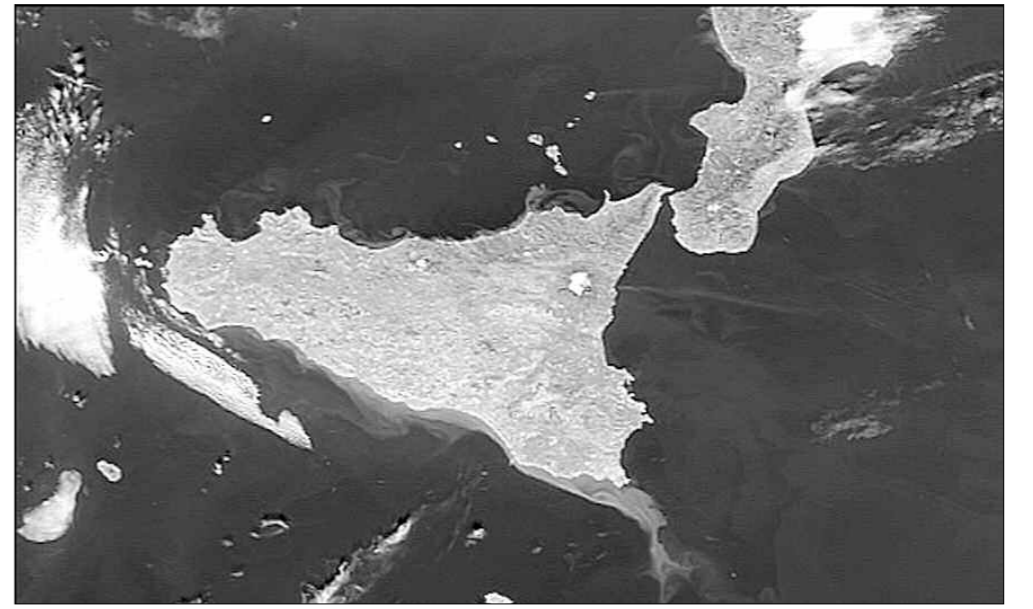
- Confcommercio, per la vitalità dimostrata nel campo della mediazione fra aziende e istituti di credito per la concessione, tramite la società Ascom Finance, di finanziamenti agevolati;

- Confesercenti, per il monitoraggio continuo delle problematiche del terziario, affiancato da una notevole opera di *pressing* sulle Istituzioni nel tentativo di far adottare misure adeguate e risolutive;

- Coldiretti, per l'adesione a iniziative promozionali, conferenze e fiere dedicate ai prodotti enogastronomici locali.

SU PALERMO

- Confcommercio, per la partecipazione diretta e costante agli eventi della vita politica, sociale ed eco-



nomico della provincia, mediante l'organizzazione di premi, forum, campagne di sensibilizzazione (come "Obiettivo legalità", iniziativa *antracket* per una Sicilia senza pizzo), convegni e fiere su turismo e terzo settore;

- Confindustria, per la tutela rigorosa delle aziende associate sul piano economico, sindacale, legale e tributario e per il sostegno al potenziamento del tessuto industriale locale, che va conquistato interpretando il "nuovo" che avanza nell'evoluzione del sistema produttivo palermitano;

- Confartigianato, per l'attenzione prestata al tema della formazione professionale, con corsi di apprendistato, qualificazione e aggiornamento.

SU RAGUSA

- Cna, per la presenza dinamica sul territorio con un impegno a 360 gradi, che spazia dalla stipulazione di convenzioni a favore dei propri iscritti all'opera di promozione dei prodotti tipici locali e alla battaglia per la legalità;

- Coldiretti, per la strenua difesa del proprio comparto produttivo come base essenziale del rilancio della provincia, progetto attuato tramite l'organizzazione di numerosi incontri, convegni e manifestazioni;

- Cia, per la sapiente collaborazione con le Istituzioni allo scopo di promuovere i prodotti tipici ragusani non soltanto in Italia, ma anche all'estero.

SU SIRACUSA

- Cna, per l'efficienza dimostrata non solo nel favorire le attività dei propri associati tramite convenzioni, consulenze e servizi di aggiornamento, ma anche nel fare informazione sulle proprie e altrui iniziative sui media tradizionali e su quelli più moderni;

- Assindustria, per la cura posta, in una realtà di grandi complessi industriali, a tutte le sfaccettature del comparto, incluse le piccole e medie imprese cui è dedicato un apposito comitato;

- Confartigianato, per la costanza spesa in difesa dei diritti del settore artigiano nei confronti delle istituzioni e per la capacità di perseguire questo obiettivo creando un fronte comune con altre associazioni.

SU TRAPANI

- Assindustria, per la ricerca continua di un dialogo costruttivo con i propri iscritti, allo scopo di focalizzare e affermare nel contesto sociale locale i presupposti per favorire una crescita economica attraverso infrastrutture e servizi reali alle imprese (orientamento e formazione, finanziamenti e mobilità, promozione all'estero);

- Coldiretti, per l'attenzione ricorrente prestata all'enogastronomia trapanese e ai suoi prodotti Dop, adottati nell'ambito di manifestazioni, convegni e mostre-mercato come strumenti di promozione e valorizzazione del territorio;

- Confcommercio, per l'opera di monitoraggio, svolta in collaborazione con associazioni come la Fipe, dell'andamento dei prezzi e, più in generale, dell'economia provinciale alla ricerca di soluzioni convenienti di prodotto o di processo.

Portanova: «Il sistema industriale basato sulle Pmi non è più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più concorrenziale»

«La riflessione da cui è partita la nostra ricerca è questa - spiega Roberto Portanova, direttore responsabile di "Spazio RP" - l'economia italiana ha scoperto bruscamente che il sistema industriale basato su un'ossatura di piccole e piccolissime aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale.

«Oggi le chiavi per competere risiedono in campi in cui un universo di microimprese non può accedere facilmente. Crediamo che in questo panorama un ruolo chiave debbano giocare *stakeholder* e motori di coesione come le associazioni d'impresa. Le quali possono diventare protagoniste nel superare gli individualismi al fine di far emergere e soddisfare interessi di interi settori produttivi o aree geografiche».

«Per capire fino a che punto questo è vero - continua Portanova - abbiamo avviato un articolato percorso di analisi, partito lo scorso anno con circa 400 interviste sottoposte ai presidenti delle principali associazioni di categoria di livello nazionale. Il secondo step è stato appunto quello di verificare, con il contributo di giornalisti, assessori e presidenti delle Camere di Commercio, la situazione in ogni singola provincia italiana. Per i prossimi mesi è prevista la somministrazione di un questionario a 8 mila associazioni sfruttando un sito internet realizzato appositamente».

La ricerca, che vanta il plauso per l'alto valore scientifico del Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi, ha l'obiettivo di fornire stimoli di riflessione e materiale da pubblicare per concorrere alla diffusione di una concreta cultura del fare associazionismo d'impresa.

La pubblicazione del primo Annuario italiano delle Associazioni di categoria, firmata da "Spazio RP", va in questa direzione. Il volume conterrà i riferimenti di circa 8 mila tra associazioni, sindacati, ordini professionali, distretti e consorzi. Inoltre accoglierà gli interventi e i contributi di oltre 100 rappresentanti delle Istituzioni locali.



CT: linee guida per affidare raccolta rifiuti

Trasparenza negli appalti: questo l'obiettivo dell'Osservatorio delle imprese di igiene urbana

CATANIA - Trasparenza, legalità e certezza delle regole. Sono questi i punti chiave delle "Linee guida per l'affidamento dei servizi di igiene urbana e di raccolta dei rifiuti", messe a punto dall'Osservatorio delle imprese di pulizia e igiene urbana, costituito sotto l'egida della prefettura di Catania, per stabilire criteri unitari nell'affidamento degli appalti di raccolta dei rifiuti.

Il documento, siglato in prefettura da organizzazioni di categoria, sindacati e Società d'ambito (Ato), si pone l'obiettivo di stabilire regole chiare e omogenee nell'affidamento degli appalti con riferimento prioritario alla determinazione dei prezzi a base d'asta.

A questo riguardo il protocollo, che sarà inviato ai comuni della provincia etnea, ribadisce due punti importanti. Il costo delle manodopera non può essere soggetto a ribasso, né può superare il 60% della base d'asta. Mentre per la determinazione del costo della manodopera si deve fare riferimento alle tabelle ministeriali approvate dal ministero del Lavoro e al loro aggiornamento periodico.

«Uno "strumento di equità" - spiega Antonino Lanza, presidente della sezione Ecologia di Confindustria Catania - che consentirà da un lato alle imprese del settore di poter gareggiare in modo libero e democratico, dall'altro, alle Società d'ambito (Ato), di selezionare aziende sane, capaci di svolgere il servizio di raccolta e gestione dei rifiuti con qualità e nel rispetto della legalità».

Un forte apprezzamento al prefetto Annamaria Cancellieri, che ha voluto e sostenuto l'iniziativa dell'Osservatorio, ed al viceprefetto, Angelo Sinesio, moderatore delle trattative che hanno portato alla formulazione delle "Linee guida", è giunto dal presidente di Confindustria Catania, Fabio Scaccia e dal direttore, Franco Vinci.

Il documento, disponibile presso la prefettura e presso gli uffici di Confindustria è

stato sottoscritto da: Confindustria Catania, Fise Assoambiente, Fita Confindustria, Lega delle cooperative, Uil Trasporti, Cisl Catania, Fit-Cisl, Fp-Cgil, Ispettorato del lavoro, Kalatambiente, Aciambiente, Ato Catania 3, Cataniambiente.

Assegnata all'azienda catanese "Sicity" menzione speciale Premio Qualità Italia '05

L'impresa catanese "Sicity" si è aggiudicata, per il terzo anno consecutivo, la menzione speciale del Premio Qualità Italia, il riconoscimento nazionale ideato dall'omonima associazione per diffondere la cultura della qualità attraverso l'applicazione del modello dell'*European foundation for quality management* (Efqm).

Soci promotori dell'associazione che gestisce il Premio sono Confindustria, Aicq e Consorzio universitario in ingegneria della qualità di Pisa, cui si sono aggiunte Cna, Confartigianato, Confapi ed altre organizzazioni imprenditoriali che puntano sulla qualità organizzativa come fattore di crescita della capacità innovativa delle imprese.

Un importante riconoscimento, dunque, per l'azienda catanese che dal 1998 opera nel ramo della consulenza di direzione aziendale ed alla quale il Premio è stato consegnato proprio nel corso della seconda giornata dell'Innovazione, organizzata a Roma da Confindustria, alla quale hanno presenziato Emma Marcegaglia, vicepresidente Confindustria per l'impresa e il territorio, e Pasquale Pistorio, vicepresidente Confindustria per l'innovazione, la ricerca e per l'Europa.



Commissione Ue: nuova strategia a sostegno delle piccole e medie imprese

Migliaia di imprese economicamente sane, principalmente piccole e medie imprese (Pmi), scompaiono ogni anno per l'incapacità di superare le difficoltà connesse al trasferimento della proprietà. Tutto questo mentre cresce l'età degli imprenditori europei: un terzo di essi, per la maggior parte alla guida di imprese familiari, si ritirerà dagli affari nei prossimi dieci anni.

Secondo le stime, ogni anno il fenomeno riguarda fino a 690 000 imprese, che rappresentano 2,8 milioni di posti di lavoro. Molte delle imprese trasferibili non trovano qualcuno che le rilevi. La Commissione europea ha proposto un'iniziativa per superare il problema. La Commissione sollecita gli Stati membri ad assicurare che i regimi fiscali siano favorevoli ai trasferimenti di proprietà, a garantire adeguate condizioni finanziarie, ad accrescere l'opera di sensibilizzazione, a tenere conto dei fattori qualitativi e incoraggiare il tutorato e ad organizzare mercati trasparenti per il trasferimento della proprietà delle imprese.

L'iniziativa è parte integrante della nuova strategia della Commissione per promuovere le Pmi e con esse la crescita e l'occupazione nell'Ue che sarà fra i temi principali in discussione al Consiglio europeo di primavera del 23-24 marzo 2006.

Una politica per le Pmi: le richieste della Cna ai politici

«Niente interventi spot o misure una tantum. Le piccole imprese chiedono una politica economica e industriale di lungo respiro, capace di rispondere alle sfide attuali e future. Quando c'è una grande competizione come quella odierna serve una grande politica», ha spiegato Ivan Malavasi, presidente nazionale della Cna, intervenendo all'incontro "Piccole imprese: 5 milioni in attesa di risposta". «Uno dei motivi per i quali il nostro paese perde terreno sul piano della competitività è la mancanza di una seria politica economica e industriale. Ultimamente, hanno denunciato le Pmi, l'impostazione circa gli obiettivi di politica industriale è stata poco chiara e qualificata, mentre hanno abbondato gli interventi di modifica degli strumenti agevolativi esistenti. La politica industriale degli ultimi anni è stata generalista. Ha promosso e incentivato gli investimenti senza un indirizzo preciso e una selezione delle priorità - ha insistito Malavasi - manca un disegno strategico, che dia una diagnosi dell'esistente e individui i macro-obiettivi generali. È necessario, secondo le Pmi, puntare sul miglioramento della capacità innovativa delle imprese; sul raccordo col mondo della ricerca; sulla capitalizzazione delle piccole industrie.

«Servono nuove idee, i bond di distretto possono costituire una, ma non è più possibile che il sistema bancario costituisca un tappo all'accesso al credito delle Pmi». Una buona politica industriale deve puntare anche alla crescita delle imprese ed alla loro aggregazione, all'internazionalizzazione e al miglioramento qualitativo e quantitativo del capitale umano.

RIDUZIONE DEL COSTO DEL LAVORO

Occorre un sostanziale abbattimento del cuneo fiscale e contributivo. È fondamentale risulta depurare l'Irap dal costo del lavoro cominciando con l'esclusione dall'imponibile dei contributi previdenziali sia per il lavoro dipendente sia per il lavoro autonomo. Importanti anche gli interventi per incentivare la contrattazione di secondo livello e, sul fronte degli ammortizzatori sociali, operare una tempestiva attuazione alle misure contenute nella legge 80 del 2005 che mette in difficoltà molte imprese artigiane.

FISCO PER LO SVILUPPO

È necessario agire con severità sulle rendite improduttive, stimolare fusioni tra imprese, detassare gli investimenti soprattutto nei settori più esposti alla concorrenza. La detassazione degli investimenti va fatta privilegiando le imprese che opereranno con capitale proprio e quelle più colpite dalla concorrenza internazionale.

CREDITO

Le piccole imprese chiedono l'ingresso ai mercati regolamentati. Molto importante per favorire l'accesso al credito è incentivare i Confidi e soprattutto favorire la trasparenza.

INFRASTRUTTURE

Le infrastrutture sono un nodo cruciale per la competitività delle imprese. Secondo la Cna non servono opere scenografiche e di grande impatto. Ma occorre pensare all'Italia come un immenso molo nel Mediterraneo e quindi incentivare la logistica e le autostrade del mare. Altro tema cruciale è quello della diffusione della banda larga importante per l'implementazione del commercio elettronico. No alla sua diffusione a macchia di leopardo ed alla penalizzazione del Sud.

IMMIGRAZIONE

È il tema del giorno grazie alle lunghe file degli extracomunitari negli uffici postali per spedire la domanda di assunzione. L'immigrazione è una risorsa, dice la Cna, basta con le leggi che mirano solo all'ordine pubblico e si preoccupano poco dell'economia del Paese. Oggi il 6% delle imprese ha titolari stranieri e si inserisce nel passaggio generazionale delle Pmi. In quanto al lavoro dipendente, ormai una grande fetta delle imprese lavora con stranieri, per questo ci vogliono più punti di accoglienza.

Secondo l'Istat nel 2005, all'ombra del Torrazzo, si registrava un tasso di senza lavoro del 4.4% (2.8% gli uomini, 6.9% le donne). Sul primo gradino del podio Bergamo e Lecco (3.2%)

Lavoro: Cremona penultima in Lombardia per occupati



Nella foto, un'attività industriale

(a.r.) Lavoro: la Lombardia si conferma come uno dei motori dell'economia italiana, anche per quel che riguarda il dato occupazionale con un tasso di senza lavoro del 4.1%, ben al di sotto del pur positivo dato nazionale, in continua diminuzione negli ultimi anni, sceso fino al 7.7%. La provincia di Cremona, all'interno di questo scenario, pur presentando un valore buono in assoluto rispetto alle altre province italiane e regioni, si colloca tuttavia in coda nella classifica lombarda

con un tasso di disoccupazione del 4.4% (2.8% i maschi e il 6.9% le donne), facendo meglio solo di Varese. E' quanto emerge dai dati Istat riferiti al 2005. Disaggregando il valore legato alla disoccupazione (cioè il rapporto tra le persone in cerca di occupazione e le corrispondenti forze lavoro) emerge che, a libello regionale, i senza lavoro maschi sono al 3.1%, le femmine al 5.4%. Guidano la classifica con i valori più bassi Bergamo (1.8% e 5.3%) e Lecco, (1.8% e 5.3%), al 3.2%, Lodi

al 3.5% (2.5% e 4.9%), Mantova al 3.9% (2.6% e 5.9%), Sondrio al 4% (2.7% e 5.9%), Como al 4.1% (3.9% e 4.3%), Milano (3.6% e 5%) e Brescia (2.8% e 6.2%), al 4.2%. Chiudono la classifica Pavia, al 4.3% (2.9% e 6.2%), **Cremona, al 4.4% (2.8% e 6.9%)** e Varese, fanalino di coda con il 5.1% (4.2% e 6.2%).

A fine 2005 gli occupati in Lombardia erano 4.2 milioni di persone, sostanzialmente in linea con i dati del 2004. Le donne sono arrivate a 1.7 milioni di unità, mentre gli uomini a 2.5 milioni. Il pri-

mato assoluto spetta ancora a Milano con 1.7 milioni di occupati.

I settori economici che concentrano maggiormente le forze lavoro nella nostra regione sono i servizi, con 2.5 milioni di occupati, di cui 1.8 milioni dipendenti e 700mila indipendenti. Segue l'industria con 1.6 milioni di occupati, di cui 1.3 milioni dipendenti e 300mila indipendenti per chiudere con l'agricoltura, che conta 71mila unità di cui 25mila dipendenti e 46mila indipendenti.

Secondo un'indagine di Spazio RP sono le associazioni più influenti di Cremona

Confartigianato, Coldiretti e Assoindustriali al timone

DI ALESSANDRO ROSSI

Chi rappresenta al meglio gli interessi dei propri associati e della comunità? Chi è in grado di incidere sul serio nella vita della società e dell'economia provinciale? Chi vanta i migliori rapporti con le province vicine, con il governo regionale e con quello centrale? Esclusa la politica (che non viene presa in esame), i tre campioni provinciali sono **Confartigianato, Coldiretti ed Associazione Industriali**, considerate le associazioni di categoria più attive nella provincia di Cremona.

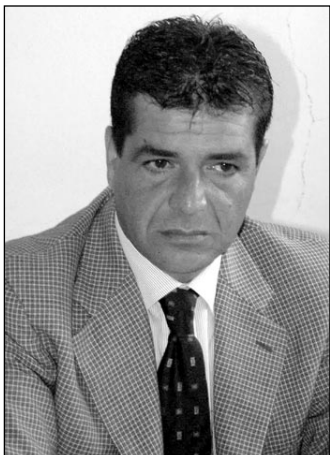
E' quanto emerge dalla ricerca effettuata dalla testata giornalistica **Spazio RP** tesa a chiarire come le organizzazioni che rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori possano ridare slancio all'economia del Paese.

Interpellati sul ruolo che le associazioni svolgono nello sviluppo e nella promozione del territorio in cui operano, i principali opinion leader cremonesi hanno sottolineato l'impegno della Confartigianato teso al miglioramento costante del sistema-impresa in rapporto ai temi dell'organizzazione aziendale, della commercializzazione e del credito, dell'ambiente e sicurezza, della qualità di prodotti e manifatture. Marchio d'eccellenza anche alla Coldiretti, per l'opera di pressing sulle Istituzioni a sostegno dell'avicoltura italiana e della lotta alla contraffazione e alle frodi, nonché per il valido utilizzo dei media come dimostra la trasmissione tv 'W l'Agricoltura' in onda su Telecolor e promossa dall'associazione per discutere di colture, ambiente e alimentazione.

Un altro grande contributo alla crescita della provincia è quello dell'Associazione Industriali, per l'attenzione prestata alla formazione professionale, mediante l'allestimento di corsi di aggiornamento, seminari sulla comunicazione efficace e la fidelizzazione del cliente e incontri di 'english essential' allo scopo di facilitare l'internazionalizzazione delle aziende associate.

Non bisogna dimenticare neppure Confagricoltura, Cia, Cna e Api che, secondo gli opinion leader intervistati, risultano

Assoartigiani per il miglioramento del sistema impresa, Coldiretti per il pressing sulle istituzioni a sostegno dell'agricoltura, Assoindustriali per l'attenzione alla formazione professionale



Da sinistra a destra, Giuseppe Ferrari (Confartigianato), Roberto Biloni (Coldiretti) e Mario Buzzella (Assoindustriali). In alto a destra il Pirellone

ugualmente degne di nota per vitalità e spirito d'iniziativa. «La riflessione da cui è partita la nostra ricerca è questa» - spiega **Roberto Portanova**, direttore responsabile di **Spazio RP** -.

«L'economia italiana ha scoperto bruscamente che il sistema industriale basato su un'ossatura di piccole e piccolissime



IL CONFRONTO

La situazione nel resto della Lombardia

E qual è la situazione nel resto della Lombardia?

A **Bergamo** vincono Unindustria, la Compagnia delle Opere, e Confartigianato.

A **Brescia** Assindustria, Confartigianato e Confesercenti.

A **Como** Confartigianato, Unindustria e Confcommercio.

A **Lecco** Confindustria, l'Api e Confartigianato.

A **Lodi** Confartigianato, Confagricoltura e Coldiretti.

A **Mantova** Confartigianato, Confagricoltura e Assindustria.

A **Milano** Assolombarda, Apa Confartigianato e Confcommercio.

A **Pavia** Confartigianato, Confesercenti e Confcommercio.

A **Sondrio** Confartigianato, Coldiretti e Confcommercio.

A **Varese** Unindustria, Coldiretti e Confcommercio.



aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale. Oggi le chiavi per competere risiedono in campi cui un universo di microimprese non può accedere facilmente.

Crediamo che in questo panorama un ruolo chiave debbano giocare stakeholder e motori di coesione come le associazioni d'impresa. Le quali possono diventare protagoniste nel superare gli individualismi al fine di far emergere e soddisfare interessi di interi settori produttivi o aree geografiche. Per capire fino a che punto questo è vero -

continua Portanova - abbiamo avviato un articolato percorso di analisi, partito lo scorso anno con circa 400 interviste sottoposte ai presidenti delle principali associazioni di categoria di livello nazionale.

Il secondo step è stato appunto quello di verificare, con il contributo di giornalisti, assessori e presidenti delle Camere di Commercio, la situazione in ogni singola provincia italiana. Per i prossimi mesi è prevista la somministrazione di un questionario a 8 mila associazioni sfruttando un sito internet realizzato appositamente».

Si terranno tra i mesi di maggio e giugno, organizzati dalla facoltà di giurisprudenza della Cattolica di Piacenza

Esperti in operazioni umanitarie: corsi di formazione

Si terrà nei mesi di maggio e giugno il corso di formazione in **"ESPERTI IN OPERAZIONI UMANITARIE INTERNAZIONALI"** organizzato dalla Facoltà di Giurisprudenza dell'Università Cattolica di Piacenza in collaborazione con la Commissione Europea Robert Shuman Project. 5 mattine di lezione destinate ad analizzare gli elementi di diritto interna-

zionale dei conflitti armati e ad approfondire nozioni circa la protezione delle persone e dei beni in tempo di conflitto, gli strumenti di garanzia, i diritti dell'uomo ed il principio di umanità. Tra i contenuti generali del corso anche l'analisi delle azioni intraprese dall'Unione Europea per il mantenimento della pace e della sicurezza internazionale nonché lo studio

della normativa italiana e del diritto internazionale umanitario. Destinato a chi già svolge un'attività nell'ambito del diritto dei conflitti armati, delle operazioni di polizia, della protezione civile e del diritto dei rifugiati, il percorso si rivolge anche a coloro che desiderano avvicinarsi alle tematiche e alle problematiche inerenti i temi trattati.

ASSOCIAZIONI Assindustria, Confcommercio e Cna premiate per l'impegno nel ridare slancio all'economia

Al servizio del territorio

Accusato di furto Torna in libertà

ANCARANO — Era indiziato di rapina e sequestro di persona ai danni di una prostituta polacca sulla strada 'Bonifica'. L'albanese E.B., 21 anni, con regolare permesso di soggiorno, era stato arrestato il 18 dicembre scorso a seguito di una denuncia avanzata dalla 'bella di notte', una giovane polacca B.I.E., di 20 anni. Dopo la chiusura delle indagini preliminari E.B. è stato nuovamente interrogato in carcere e il Gip, accogliendo l'istanza dei suoi difensori, avvocati Giuseppe Fabiani e Gennaro Lettieri, ha ordinato la rimessa in libertà.

ASCOLI — Le associazioni di categoria che risultano più attive in provincia di Ascoli sono Assindustria, Confcommercio e Cna. E' questo il primo risultato della ricerca della testata giornalistica Spazio Rp tesa a chiarire come le organizzazioni che rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori possano ridare slancio all'economia del Paese. Interpellati sul ruolo che le associazioni svolgono nello sviluppo e nella promozione del territorio in cui operano, i principali opinion leader ascolani hanno sottolineato il notevole impegno di Assindustria nell'incentivare la ricerca di nuova competitività. Ne sono prova recenti iniziative come la sinergia avviata con Banca Marche per la concessione di credito agevolato che finanzia investimenti in ricerca applicata e in innovazione di prodotto e



di processo. Marchio di eccellenza anche per la Confcommercio, nelle sue sezioni di Ascoli e di Fermo, della quale viene apprezzata l'attività di organizzazione di corsi di formazione professionale che favoriscano l'apertura di nuovi esercizi. Altro grande contributo è quello della Cna di Ascoli e Fermo, segnalata per il grande numero di iniziative organizzate per tutelare e promuovere il settore artigiano e apprezzata per la capacità di coinvolgere tutti i propri iscritti nelle decisioni più importanti dell'

associazione. Non bisogna dimenticare Api, Confartigianato e Coldiretti che risultano ugualmente degne di nota. «La riflessione da cui è partita la nostra ricerca è questa — spiega Roberto Portanova, direttore responsabile di Spazio Rp — l'economia italiana ha scoperto bruscamente che il sistema industriale basato su un'ossatura di piccole e piccolissime aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale. Oggi le chiavi per competere risiedono in campi in cui un universo di microimprese non può accedere facilmente. Crediamo che in questo panorama un ruolo chiave debbano giocarlo stakeholder e motori di coesione come le associazioni d'impresa. Le quali possono diventare protagoniste nel superare gli individualismi».

Vittorio Bellagamba

LIONS CLUB Un asilo e una scuola con refettorio a 150 km da Addis Abeba

Spedizione in Etiopia per «Adottare un villaggio»

AMANDOLA — Un progetto umanitario destinato a migliorare la vita di numerosi giovani etiopi. E' quello denominato «Adottiamo il Villaggio di Woliso» portato avanti dal Distretto 108-A dei Lions che comprende i Club di Marche, Emilia Romagna, Abruzzo e Molise. Tra i più attivi, il Lions Club di Amandola-Sibillini. Nei giorni scorsi è stata effettuata una spedizione dei rappresentanti Lions in questa località dell'Etiopia, situata a 150 km da Addis Abeba: è stata ricevuta dal presidente dell'Etiopia, Girma Woldegiorgis. Grazie al Lions, sono stati realizzati dei bagni pubblici, un asilo, una scuola ed annesso refettorio. La gestione è affidata alle

suore missionarie della congregazione «Figlie della Misericordia» con a capo suor Maria, che assieme al sindaco ed al vescovo locali sono i referenti dei Lions. Strutture che funzionano a pieno e sono frequentate da numerosi ragazzi. La delegazione ha donato 380mila euro, da investire in ulteriori strutture. E' stato acquistato un terreno di tre ettari dove verranno realizzati un orfanotrofio, una scuola professionale, un mulino, un forno per il pane, un essiccatoio per laterizi, locali per l'accoglienza di famiglie bisognose, un acquedotto che servirà il villaggio, un dispensario farmaceutico.

f.p.



OFFIDA Appuntamento nei vari quartieri a partire dalle 21

Incontri elettorali in attesa del comizio in piazza

OFFIDA — Archiviata l'edizione 2006 del Carnevale con la manifestazione 'La notte delle M'rett' subentra l'attesa per l'appuntamento elettorale. L'agenda politica dei cittadini si arricchisce di impegni: dal 16 marzo, sono iniziate le riunioni nei vari quartieri per discutere sul bilancio preventivo 2006 che verrà presentato per l'approvazione alla fine del mese. Sono anche iniziate le discus-

sioni nei vari quartieri in vista delle elezioni che si svolgeranno il 9 e 10 aprile, quando si dovrà decidere quale sarà il futuro del Paese nei prossimi cinque anni.

Le riunioni nei vari quartieri sono partite ieri con «Prodi per i giovani» nella sala consiliare del comune su iniziativa della sinistra giovanile. Gli incontri si svolgeranno tutti a partire dalle 21. Il 24 marzo sarà la volta di

santa Maria Goretti, nei locali del circolo Fabrizi, il 28 marzo a san Lazzaro, nel circolo ricreativo, il 29 marzo a borgo Cappuccini hotel Caroline. Gli ultimi due incontri saranno il 30 marzo, contrada Cafone, e il 31 marzo-borgo Miriam. L'ultimo appuntamento è in programma domenica 2 aprile alle ore 12, si svolgerà un comizio elettorale in piazza del Popolo.

Serafino Camilli

COMUNANZA Indennità degli amministratori

«Nessuna ulteriore riduzione»

COMUNANZA — La Finanziaria ha previsto la riduzione del 10% delle indennità di funzione e dei gettoni di presenza che spettano di diritto agli amministratori locali. In attesa del richiesto pronunciamento ministeriale, l'Unione delle Comunità Montane ritiene che «per gli enti in cui gli organi, al 30 settembre scorso, avessero già esercitato tale facoltà in riduzione delle indennità e

dei gettoni in misura pari o superiore al 10%, non sono applicabili ulteriori diminuzioni». «Nel caso in cui la riduzione deliberata sia inferiore al 10% — prosegue l'Unecem — la rideterminazione dovrà essere effettuata per la differenza». Quanto all'organo competente, visto che la norma ha carattere obbligatorio, la riduzione può essere effettuata dal dirigente competente con propria determinazione.

Farmacie

ASCOLI PICENO: Ex Chiaretti, via B. Croce; t. 0736 259732.
VALLATA DEL TRONTO: Andrea Isacco, via Roma 2 (Castorano); t. 0736 87597.
FOLIGNANO - MALTIGNANO: Travglini, via XXI Aprile (Maltignano), t. 0736 304127.
SAN BENEDETTO: Pelletti, via Mare; t. 0735 659394.
FERMO: Astorri, viale Trento; t. 0734 225853.
PORTO SAN GIORGIO: Boncori - Spinosi, piazza Torino, t. 0734 675617.
PORTO SANT'ELPIDIO: Mazzini, via Togliatti, 4; t. 0734 901890.

Numeri Utili

Linea Verde Teseo (droga, alcolismo, Aids): 167-012277 (anonimo e gratuito); Pronto intervento medico e ambulanze 118; Vigili urbani Ascoli (0736) 244674; Fughe gas metano (0736) 342130; Polizia stradale Ascoli (0736) 45904; Questura (0736) 355111; Pronto soccorso Mazzoni 0736 358383; Servizio assist. tossicodipendenti (0736) 358499; Associazione per i diritti del malato (0736) 358860; Pronto soccorso S.Benedetto (0735) 701313; Cri S.Benedetto (0735) 781180; Centro Antiviolenza Donna S.Benedetto (0735) 753935; Pronto soccorso Fermo (0734) 625111; Pronto soccorso Montegiorgio (0734) 961243; Pronto soccorso Montegrano (0734) 890646; Croce Rossa Fermo (0734) 228131; Croce Verde Fermo (0734) 229980; Ambulanza Misericordia Montegiorgio (0734) 961931; Croce Arcobaleno Petritoli (0734) 658116; Croce Azzurra S.Elpidio a Mare (0734) 858584; Cri Porto S.Giorgio (0734) 675242; Croce Azzurra Porto S.Giorgio (0734) 671114; Croce Verde Porto S.Elpidio (0734) 996445; Linea Verde Clienti Consorzio Idrico Intercomunale Piceno: 800.216172

La redazione

il Resto del Carlino

Direttore responsabile:
GIANCARLO MAZZUCA
Condirettore:
PIERLUIGI VISCI
Vice Direttore:
PIERLUIGI MASINI

Cronaca di Ascoli
dal 1955

Via Vidacilio, 17 - 63100 ASCOLI
Tel. 0736/248911
Fax 0736/248917

cronaca.ascolipiceno@ilcarlino.net

Caporedattore Marche

PAOLO NONNI

Capo della redazione

NATALIA ENCOLPIO

Pubblicità

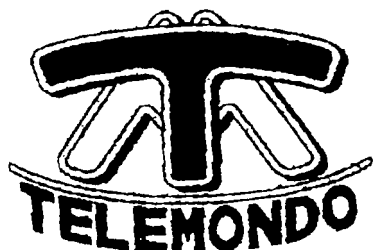
PER LA PUBBLICITA'
RIVOLGERSI ALLA



ASCOLI

Via Angelini, 73
Tel. (0736) 254354
Fax (0736) 250713

TELEMONDO



AVVERTIAMO I TELESPETTATORI CHE PER RICEVERE LE TRASMISSIONI DI TELEMONDO IN ALCUNE ZONE, NEI PROSSIMI GIORNI, BISOGNERA' SINTONIZZARSI SUI SEGUENTI CANALI:

CANALE 58 (MONTE CONERO) PER GLI UTENTI DI ANCONA SUD, MACERATA NORD E PROVINCIA, PROVINCIA DI ASCOLI PICENO E TUTTA LA COSTA DA SIROLO A PORTO S.GIORGIO

CANALE 21 (VIA PANORAMICA) PER GLI UTENTI DI ANCONA CENTRO

CANALE 23 (MONTAGNOLA - POSATORA) PER GLI UTENTI DELLA PROVINCIA DI ANCONA NORD E TUTTA LA COSTA FINO A FANO (PU)

CANALE 68 (COLBUCCARO) PER GLI UTENTI DI MACERATA SUD E PROVINCIA

The header features the 'Romagna Acque' logo on the left, the 'SestoPotere.com' title in the center, and the 'spazioRP' logo on the right with the tagline 'La mappa dei siti internet più influenti'. Below this is a navigation bar with buttons for 'chi siamo', 'redazione', 'collabora con noi', 'forum', 'newsletter', 'iscrizioni e info', and 'home page'. A search bar with the button 'cerca' is positioned below the navigation bar. At the bottom of the header area, there are two buttons: 'vai' and '?'.

ECONOMIA

Giovedì 4/5/2006 (10:01)

(2/5/2006 16:20) | **ECCO LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA PIÙ INFLUENTI D'ITALIA, RICERCA "SPAZIO RP"**

(Sesto Potere) - Roma - 2 maggio 2006 - Una ricerca di Spazio RP ha individuato le associazioni di categoria più influenti in Italia

Premesse e Metodologia. Oltre 400 tra giornalisti economici, presidenti delle Camere di Commercio e rappresentanti delle Istituzioni locali: è questo il campione di opinion leader adottato dalla testata giornalistica "Spazio RP" per la prima ricerca italiana volta a misurare il grado di autorevolezza delle associazioni di categoria nel Paese.

Tramite lo strumento dell'intervista telefonica, i soggetti interpellati (un minimo di 4 per provincia) sono stati invitati a indicare le organizzazioni che meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori sul proprio territorio, in base a specifici parametri di valutazione:

- le particolarità dell'economia di zona, che tendono a favorire le associazioni di un settore piuttosto che di un altro per quanto concerne il numero di iscritti;
- l'attivismo e la dinamicità, secondo una maggiore o minore propensione a organizzare eventi, convegni, manifestazioni e ad intervenire nelle questioni più importanti della vita pubblica;
- la credibilità e il prestigio raggiunti nella tutela degli interessi dei propri associati, nel rapporto con le Amministrazioni, le forze politiche e le Parti Sociali;
- la qualità del servizio offerto ai soci in materia di assistenza tecnica e burocratica;
- lo share of voice e la capacità comunicativa, ovvero la presenza sui mass media e l'assiduità nell'invio di comunicati stampa di carattere informativo e promozionale;
- l'eventuale presenza di un sito web e la qualità dello stesso.

In seguito alle indicazioni degli opinion leader sono state individuate le associazioni più influenti a livello locale. Una successiva elaborazione statistica dei dati, con l'attribuzione di un punteggio proporzionale al numero di province per regione, ha permesso di calcolare complessivamente il peso di ciascuna associazione di categoria italiana sul territorio.

I risultati. Col 19,9% dei consensi la Confindustria è l'associazione più influente su scala nazionale. Ciò a riprova

l'ospite

Dieci in condotta

L'agenzia *Spazio RP* di Roma ha compiuto un'indagine sul tessuto sociale provinciale, alla ricerca delle associazioni che vengono percepite come maggiormente ancorate alle problematiche del territorio. Problematiche complesse, che vanno dalle necessità di sviluppo alle tematiche economiche. Nello studio viene anche affrontata la capacità di *interfacciarsi* con il territorio, sapere coglierne le istanze e, ovviamente, riuscire a comunicare all'esterno le proprie azioni. Quello che segue è il testo finale dell'indagine.

Assindustria, Coldiretti e Confcommercio sono le associazioni di categoria più attive nella provincia di Trapani. È il primo risultato della ricerca della testata giornalistica *Spazio RP* (www.spazio-rp.it) tesa a chiarire come le organizzazioni che rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori possano ridare slancio all'economia del Paese.

Interpellati sul ruolo che le associazioni svolgono nello sviluppo e nella promozione del territorio in cui operano, i principali opinion leader trapanesi hanno sottolineato la costanza dell'Associazione Industriali nel ricercare un dialogo con i propri iscritti, allo scopo di focalizzare e affermare nel contesto sociale locale i presupposti per favorire una crescita economica attraverso infrastrutture e servizi reali alle imprese (orientamento e formazione, finanziamenti e mobilità, promozione all'estero). Marchio d'eccellenza anche alla Coldiretti, per l'attenzione ricorrente prestata all'enogastronomia trapanese e ai suoi prodotti Dop, adottati nell'ambito di manifestazioni, convegni e mostre-mercato come strumenti di promozione e valorizzazione del territorio. Altro grande contributo è quello della Confcommercio, di cui viene apprezzata l'opera di monitoraggio, in collaborazione con associazioni come la Fipe, dell'andamento dei prezzi e, più in generale, dell'economia provinciale alla ricerca di soluzioni convenienti di prodotto o di processo.

Non bisogna dimenticare neppure Cia, Cna e Api che, secondo gli opinion leader intervistati, risultano ugualmente degne di nota per vitalità e spirito d'iniziativa.

La riflessione da cui è partita la nostra ricerca è questa - spiega Roberto Portanova, direttore responsabile di Spazio RP - L'economia italiana ha scoperto bruscamente che il sistema industriale basato su un'ossatura di piccole e piccolissime aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale. Oggi le chiavi per competere risiedono in campi in cui un universo di microimprese non può accedere facilmente. Crediamo che in questo panorama un ruolo chiave debbano giocarlo stakeholder e motori di coesione come le associazioni d'impresa. Le quali possono diventare protagoniste nel superare gli individualismi al fine di far emergere e soddisfare interessi di interi settori produttivi o aree geografiche.

Per capire fino a che punto questo è vero - continua Portanova - abbiamo avviato un articolato percorso di analisi, partito lo scorso anno con circa 400 interviste sottoposte ai presidenti delle principali associazioni di categoria di livello nazionale. Il secondo step è stato appunto quello di verificare, con il contributo di giornalisti, assessori e presidenti delle Camere di Commercio, la situazione in ogni singola provincia italiana. Per i prossimi mesi è prevista la somministrazione di un questionario a 8 mila associazioni sfruttando un sito internet realizzato appositamente.

La ricerca, che vanta il plauso per l'alto valore scientifico del Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi, ha l'obiettivo di fornire stimoli di riflessione e materiale da pubblicare per concorrere alla diffusione di una concreta cultura del fare associazionismo d'impresa.

La pubblicazione del primo Annuario Italiano delle Associazioni di Categoria, firmata da *Spazio RP*, va in questa direzione. Il volume, disponibile da maggio in libreria, conterrà i riferimenti di circa 8 mila tra associazioni, sindacati, ordini professionali, distretti e consorzi. Inoltre accoglierà gli interventi e i contributi di oltre 100 rappresentanti delle Istituzioni locali.



Anche il consumo di carne, a dispetto del recente crollo dovuto all'ingiustificata psicosi aviaria, è in aumento

Il settore alimentare torna a crescere

Una positiva inversione di tendenza rispetto allo scorso anno, sostenuta dalla legge sull'etichettatura che garantisce la trasparenza

Dopo un anno di crescita zero, nel 2006 il settore alimentare torna a crescere, a dispetto della recente ed ingiustificata 'psicosi aviaria'.

«I consumi alimentari delle famiglie, nonostante il crollo del 28,1 per cento in un mese degli acquisti di carne di pollo, tornano complessivamente ad aumentare con un +2,3 per cento, trainati dai valori positivi registrati per gli altri tipi di carne: pesce, salumi, latte, olio di oliva, bevande e, a sorpresa, anche gli ortaggi». E' quanto afferma la Coldiretti sulla base dei primi dati relativi al 2006, in merito alla spesa per acquisti domestici delle famiglie italiane di Ismea - Ac Nielsen nel mese di gennaio. «Si tratta di una positiva inversione di tendenza che - sottolinea la Coldiretti - va sostenuta con interventi per garantire la trasparenza nella formazione dei prezzi nel rispetto della legge sull'etichettatura degli alimenti. Particolarmente significativo - precisa la Coldiretti - è l'aumento record del 6,9 per cento in un mese registrato nel consumo di latte fresco che prosegue ininterrottamente dal mese di giugno 2005 quando sono entrate in vigore le nuove norme che obbligano ad indicare nelle etichette il luogo di provenienza o mungitura del



latte fresco commercializzato per evitare che venga spacciato come made in Italy il latte munto dalle stalle munto da mucche bavaresi, austriache, francesi o slovene. A registrare un andamento positivo nel 2006 sono stati oltre al latte anche i suoi derivati come lo yogurt (+7,6 per cento) mentre con valori in crescita - rileva la Coldiretti - ci sono anche carni e salumi (+

1,7 per cento), l'olio di oliva (4,8 per cento), il vino e gli spumanti (+5,8 per cento), i prodotti ittici (+9,3 per cento), gli ortaggi freschi (+1,6 per cento) e più debolmente i derivati dai cereali (+0,5 per cento). Una tendenza che - continua la Coldiretti - non ha però riguardato la frutta (-3,6 per cento) mentre tra i condimenti si registrano veri crolli per la margarina (-15,3 per



cento) e l'olio di semi (-13,1 per cento). Nei prossimi mesi un'ulteriore spinta alla ripresa dei consumi alimentari potrebbe venire dalle importanti misure adottate per favorire la trasparenza degli acquisti e consentire ai consumatori scelte consapevoli a partire dall'obbligo di etichettatura di origine delle carni di pollo, entrato in vigore alla fine di ottobre, che rappre-

senta un importante contributo per combattere l'ingiustificata psicosi. Un comportamento che ha favorito il consumo di carne di maiale che aumenta del 5,1 per cento nel 2006 e che potrebbe ulteriormente crescere per effetto dell'arrivo della denominazione di origine protetta per il Gran suino padano Dop con la quale quasi i tre quarti della carne e dei salumi derivanti

dai maiali allevati in Italia sarà riconoscibile sui banchi di vendita grazie ad uno specifico logo Dop raffigurante un maiale stilizzato con al centro la scritta Gsp che identificherà salumi e tagli di carne fresca come il trito, il lombo, la coppa e la spalla. Si tratta - sostiene la Coldiretti - di un concreto passo in avanti per avere la garanzia di comprare prodotti provenienti da allevatori italiani in fronte al consistente flusso di importazioni da Olanda, Danimarca, Francia, Spagna e Germania. Nel giugno del 2006 - continua la Coldiretti - entrerà peraltro in vigore anche l'obbligo di indicare in etichetta il luogo di coltivazione del pomodoro impiegato nella passata per impedire che il prodotto italiano sia miscelato con quello proveniente da altri Paesi come la Cina all'insaputa dei consumatori. Molto resta però ancora da fare per garantire la trasparenza necessaria al rilancio dei consumi poiché - conclude la Coldiretti - l'etichetta resta anonima per la carne di maiale, le conserve vegetali e i succhi di frutta, ma anche per la pasta, l'extravergine di oliva con la possibilità di commercializzare olio ottenuto da miscele di origine diversa senza che questo venga indicato in etichetta».

Una ricerca che, condotta da Spazio Rp, vanta il plauso del Presidente della Repubblica

Nella Toscana funzionano le associazioni di categoria

Tra le più impegnate per la ripresa economica: Cna, Confcommercio e Federlazio

UNA minuziosa ricerca di "Spazio RP", testata giornalistica di Roma, ha individuato le associazioni di categoria più influenti nella provincia di Viterbo.

Un'indagine svolta per comprendere il ruolo che l'associazionismo d'impresa ricopre o, dovrebbe ricoprire, al fine della ripresa economica del Paese.

Una ricerca, ancora, che vanta il plauso per l'alto valore scientifico del Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi. Secondo il primo risultato di tale ricerca Cna, Confcommercio e Federlazio sono le associazioni di categoria più attive della Toscana.

Ecco nel dettaglio quanto rilevato. «Interpellati sul ruolo che le associazioni svolgono nello sviluppo e nella promozione del territorio in cui operano, i principali opinion leader viterbesi hanno sottolineato la notevole capacità della Cna di rappresentare presso gli organismi istituzionali, come la Camera di Commercio, gli interessi del settore artigiano, al fine di ottenere provvedimenti e normative che favoriscano la crescita del comparto. Marchio d'eccellenza anche all'Ascom (Confcommercio), di cui viene apprezzata l'ampia gamma di servizi offerti alle imprese in materia di contabilità, assistenza legale, controverse sindacali e sicurezza sul luogo di lavoro. Altro



grande contributo alla crescita della provincia è quello della Federlazio (Confapi), per l'impegno, svolto in collaborazione col settore formativo, nel campo del monitoraggio dell'economia locale, con un occhio di riguardo allo stato di salute delle piccole e medie imprese. Non bisogna dimenticare Assindustria, Confesercenti, Cia e Coldiretti che, sempre secondo gli opinion leader intervistati, risultano

ugualmente degne di nota per vitalità e spirito d'iniziativa». «La riflessione da cui è partita la nostra ricerca è questa - spiega Roberto Portanova, direttore responsabile di Spazio RP - L'economia italiana ha scoperto bruscamente che il sistema industriale basato su un'ossatura di piccole e piccolissime aziende sembra non più adatto a sopportare le sfide di un mercato sempre più globale e concorrenziale. Oggi

le chiavi per competere richiedono in campi cui un universo di microimprese non può accedere facilmente. Crediamo che in questo panorama un ruolo chiave debbano giocare stakeholder e motori di coesione come le associazioni d'impresa. Le quali possono diventare protagonisti nel superare gli individualismi al fine di far emergere e soddisfare interessi di interi settori produttivi o aree geografiche. Per capi-

re fino a che punto questo è vero - continua Portanova - abbiamo avviato un articolato percorso di analisi, partito lo scorso anno con circa quattrocento interviste sottoposte ai presidenti delle principali associazioni di categoria di livello nazionale. Il secondo step è stato appunto quello di verificare, con il contributo di giornalisti, assessori e presidenti delle Camere di Commercio, la situazione in ogni singola provincia italiana. Per i prossimi mesi è prevista la somministrazione di un questionario ad ottomila associazioni sfruttando un sito internet realizzato appositamente». «La ricerca, che vanta il plauso per l'alto valore scientifico del Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi - prosegue la nota - ha l'obiettivo di fornire stimoli di riflessione e materiale da pubblicare per concorrere alla diffusione di una concreta cultura del fare associazionismo d'impresa. La pubblicazione del primo Annuario Italiano delle Associazioni di Categoria, firmata da Spazio RP, disponibile da maggio in libreria, conterrà circa ottomila riferimenti tra associazioni, sindacati, ordini professionali, distretti e consorzi. Inoltre accoglierà gli interventi ed i contributi di oltre cento rappresentanti delle istituzioni locali».

Colpita da una grave malattia
**La solidarietà
salva una
bimba boliviana**



Belcolle

RICEVIAMO e pubblichiamo.

«Grazie alla fondazione "Un sorriso da Mariano" è stato possibile reperire i fondi necessari per restituire il sorriso ad una bambina boliviana, V.L. di 10 anni, affetta da un tumore mandibolare. La piccola paziente è stata dimessa la terza settimana di marzo dalla U.O. Maxillo-Facciale dell'Ospedale Belcolle. La fondazione ringrazia il direttore della Asl Viterbo, Giuseppe Aloisio, l'equipe del dottor Claudio Taglia, gli anestesisti, gli infermieri ed il personale paramedico per l'accoglienza e l'alta professionalità dimostrata. Speriamo che questo evento non rimanga isolato ma serva a sostenere il programma della fondazione il cui scopo è esclusivamente benefico».

Lettera Firmata