

Rassegna stampa del

23 Febbraio 2014



LO STUDIO. Secondo la Cgia di Mestre i cattivi rapporti tra pubblica amministrazione e aziende costano al sistema imprenditoriale 31 miliardi

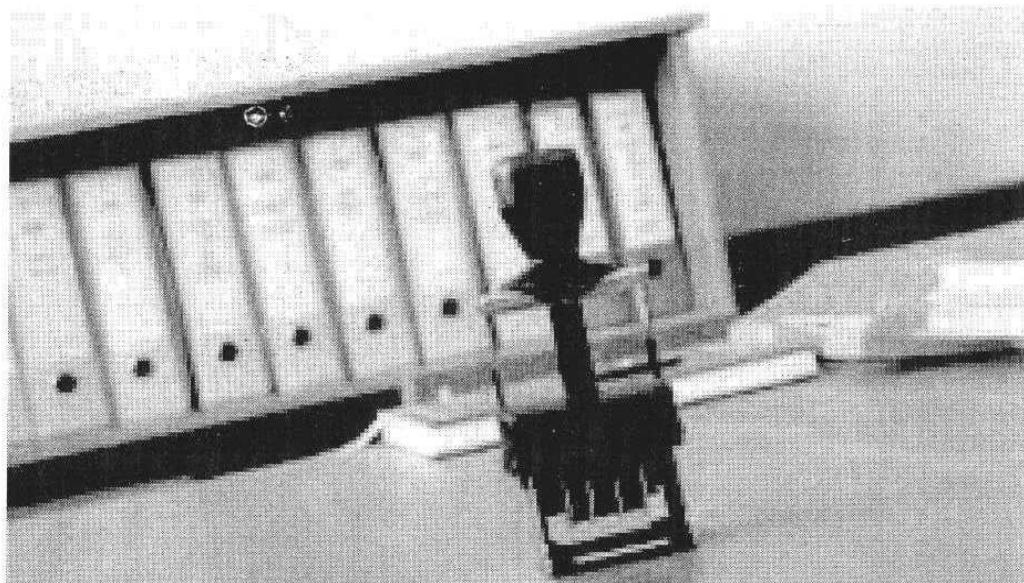
Burocrazia lumaca e danni alle imprese Italia maglia nera nell'Ue, peggio solo la Grecia

In testa alla classifica Finlandia, Germani e Irlanda. A penalizzare il nostro Paese i ritardi per avviare un'attività, ottenere un allaccio alla rete elettrica e i tempi lunghissimi dei processi civili.

ROMA

●●● Nei rapporti della Pubblica amministrazione con le imprese solo Grecia e Malta fanno peggio dell'Italia. Lo rileva la Cgia di Mestre, secondo la quale la burocrazia costa al sistema imprenditoriale 31 miliardi: mediamente settemila euro all'anno per ogni azienda. La cattiva performance della Pa penalizza anche - aggiunge la Cgia - gli investimenti diretti esteri (Ide) in Italia, solo la Grecia ha un'attrattività inferiore.

Nei rapporti con le imprese la Pubblica amministrazione italiana, secondo la Cgia, è la meno efficiente tra i diciassette Paesi dell'area dell'euro. A salire sul gradino più alto del podio è la Finlandia, seguono l'Irlanda e la Germania. L'Italia, invece, si colloca al



Le aziende italiane per la Cgia di Mestre subirebbero un danno di 31 miliardi all'anno per colpa della lentezza della burocrazia

quindicesimo posto a livello Ue, mentre nella graduatoria mondiale ci posizioniamo al sessantacinquesimo.

Questi i numeri dell'inefficienza della Pa italiana: i neoimprenditori subiscono il costo più elevato in Ue (14,2 per cento sul reddito

pro capite) per avviare l'attività e sono necessari 234 giorni per ottenere tutti i permessi per costruire un capannone. Ben 33 giorni in più rispetto la media Ue. Solo per i giorni necessari per dare l'avvio ad un'azienda, l'Italia "eccelle" con sei giorni rispetto ai tredici della media europea (in Portogallo tre, quattro invece in Belgio e in Olanda). Bisogna invece aspettare 124 per giorni ottenere l'allacciamento alla rete elettrica. In Europa la media è di 102 giorni (diciassette in Germania, sessantanove in Francia).

Le imprese italiane soffrono anche un carico fiscale record: 65,8 per cento sui profitti commerciali di un'impresa (44,3 per cento media europea; 20,7 per cento in Lussemburgo e 49,4 per cento in Germania). Per completare le procedure di esportazione sono necessari 19 giorni, ultimi in Ue (sei in Estonia, nove in Germania). Italia fanalino di coda anche per completare le procedure di importazione: 18 giorni (cinque a Cipro e sette in Germania). In una disputa commerciale, infine, sono necessari 1.185 giorni per ottenere una risoluzione. Solo Slovenia (1.260) e Grecia (1.300) fanno peggio. La media Ue è di 622 giorni.

MODICA Convegno su Unesco e turismo

Ray Bondin sferza gli Iblei: il campanilismo è dannoso

«Il Sud-Est è un'invenzione. Il band già c'è: è "Val di Noto"»

Duccio Gennaro
MODICA

Ray Bondin fa l'esame al turismo siciliano e mette in guardia. Continuando così non si va da nessuna parte. Troppi campanilismi, immagine esterna negativa della Sicilia, scarsa informazione. «Terribile» dice il commissario Unesco per i siti patrimonio dell'Umanità, dal podio del convegno su «Modica ed il Sud Est siciliano» tenutosi nell'auditorium «Pietro Floridia» per iniziativa di Mida Consulting.

Bondin ha fatto un esame lucido, mettendo in risalto le criticità del sistema turismo in Sicilia, ma anche le tante peculiarità ed attrattive. Ad ascoltarlo in platea l'assessore regionale al Turismo Michela Stancheris, che ha preso debita nota delle indicazioni.

Il maltese funzionario dell'Unesco ha cominciato da un rimprovero, per quanto amichevole, ai siciliani. «Non conoscono la loro storia ed il loro patrimonio. Così è difficile fare turismo ed informazione. Eppure basterebbe poco. Inoltre, per veicolare oggi informazione occorre la conoscenza della lingue, soprattutto da parte di chi opera nel campo della ricettività. Se fossi sindaco - ha detto - organizzerei

corsi di lingue intensivi».

Ray Bondin si è poi concentrato sul patrimonio materiale ed immateriale della Sicilia. «Terra unica al mondo» ha detto. «Bisogna valorizzare queste ricchezze perchè sono un bene economico e per farlo occorre un sistema di gestione e di collaborazione. Niente quindi campanilismi, niente concorrenza tra i comuni, ma un unico obiettivo: portare e far star bene i turisti in questo grande ed unico territorio che da Siracusa arriva fino agli Iblei».

E sul concetto di Sud Est Ray Bondin non è d'accordo. «Non esiste questo termine associato al territorio barocco da nessuna parte. E' una semplice invenzione. Il brand, l'identificazione del territorio, esiste già ed è Val di Noto. Ed è così che l'aeroporto di Comiso dovrebbe chiamarsi "Comiso-Val di Noto" perchè identifica al meglio un territorio e ne costituisce la porta di ingresso».

Bondin chiude le sue «raccomandazioni» con un appello ai tanti imprenditori presenti in sala: «Collaborare, partecipare, fare. Non trincerarsi dietro le pur vere mancanze di risorse e difficoltà operative, ma lavorare e spingere un unico grande progetto».

Ed a questa linea si è riallacciato Antonio Intiglietta, presi-



L'intervento di Ray Bondin al convegno sul turismo negli Iblei



Antonio Intiglietta ha lanciato la proposta di realizzare l'albergo diffuso



Antonello Lucifora ha invitato gli imprenditori e gli operatori turistici a fare quadrato

dente di Eire, che si occupa di infrastrutture e sviluppo, che ha lanciato agli imprenditori l'idea di un progetto di albergo diffuso. L'imprenditore è partito dalla constatazione che bisogna recuperare l'esistente, il paesaggio urbano unico della città e mettere in campo le migliori energie e professionalità. Da qui l'urgenza di creare un grande luogo di ospitalità che potrebbe diventare modello di sviluppo per tutti i centri storici. «L'autenticità non ha prezzo - ha detto Intiglietta - ed il tes-

suto urbano di questa città ne ha in grande quantità. E' il momento di ripartire e ricostruire. Mettiamo insieme le forze e crediamoci perchè il patrimonio che ci ritroviamo deriva dalla nostra eredità, ma rappresenta anche il futuro da affidare alle giovani generazioni».

Antonello Lucifora, presidente di Media Consulting, ha chiuso i lavori, invitando amministratori, imprenditori, operatori turistici a fare quadrato, a mettersi in gioco ed avere coraggio. ♦