

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 14 OTTOBRE 2019

La maxi frode delle cooperative fallite Anche il boss di Fino era a libro paga

L'indagine. Bartolomeo Iaconis risulta dipendente di due delle coop finite nel mirino Nuovi interrogatori questa settimana: domani tocca al commercialista comasco Lanzara

Settimana importante per l'inchiesta sui fallimenti delle finte coop che nei giorni scorsi ha condotto ai 34 arresti eseguiti su richiesta della Procura comasca.

Sarà una settimana di interrogatori, fino al completamento dell'elenco di tutti i soggetti sottoposti alla misura della custodia cautelare, chi in carcere, chi agli arresti domiciliari. Domani tocca al commercialista comasco **Paolo Lanzara**, implicato - come noto - nella vicenda dell'acquisto del ristorante Pani e Tulipani in quanto socio di Napo srl e commercialista della società di gestione del bistro fallito l'anno scorso.

La doppia assunzione

Intanto, dalle carte della maxi indagine, emergono nuovi particolari, almeno per quanto attiene al filone principale, quello che vede coinvolti il commercialista **Massimiliano Ficarra**, 50 anni, e il suo socio **Cesare Pravisano**, bancario, 61 anni, accusati di avere orchestrato la costituzione della galassia di coop riempite e svuotate in una decina d'anni di centinaia di milioni di euro, nascosti al fisco. Dei presunti contatti tra Ficarra, Pravisano e ambienti della criminalità organizzata calabrese si è già detto molto, ora però le carte svelano l'esistenza

di un rapporto che più diretto non si può tra almeno un paio di cooperative e quel **Bartolomeo Iaconis** considerato uno dei pezzi da novanta della "locale" di ndrangheta di Fino Mornasco, in carcere dallo scorso gennaio in attesa di giudizio.

Originario di Giffone, e con una condanna a 14 anni alle spalle, Iaconis deve come noto rispondere dell'accusa, che rigetta, d'essere il mandante dell'omicidio di **Franco Mancuso**, ucciso a Bulgorello l'8 agosto del 2008. risulta, agli atti dell'inchiesta. Agli atti dell'inchiesta risulta che Iaconis fosse stato assunto il 10 aprile del 2018 dalla cooperativa "Sorriso", salvo

terminare il suo rapporto il 31 maggio successivo per essere infine contrattualizzato, a tempo indeterminato, con la cooperativa "Acero" il 6 giugno dello stesso anno.

La frode fiscale

Naturalmente le cooperative erano tra quelle che nel periodo compreso tra il 2011 e il 2015 emettevano a getto continuo fatture per operazioni inesistenti, al solo scopo di creare crediti Iva fittizi a favore di un consorzio. Contenitori di forza lavoro gestite dalla medesima governance, si accollavano adempimenti tributari che in realtà non venivano mai assolti

Nel sistema fraudolento il consorzio rappresentava, invece, un operatore economico credibile sul mercato, in grado di essere particolarmente competitivo grazie al meccanismo illecito realizzato attraverso le cooperative, in tutto sedici. Tra gli arrestati, lo ricordiamo, anche **Bruno De Benedetto**, 52 anni, commercialista comasco al cui studio di via Giulini la Procura era approdata indagando sulle coop e svelando anche un filone di indagine tutto cittadino, legato non soltanto al fallimento di Pane e Tulipani ma anche ai bandi per la gestione del lido e del ristorante di Villa Olmo.

R. Cro.

■ Le coop erano costituite al solo scopo di accollarsi adempimenti tributari mai assolti

■ Il guadagno illecito stimato è di circa 13 milioni di euro accumulati in una decina d'anni



Nuova settimana di interrogatori ARCHIVIO



CISL dei LAGHI

www.cisldeilaghi.it

RASSEGNA STAMPA

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 14 OTTOBRE 2019

Studio
Suella Fabrizio
Ragioniere
Consulente del lavoro
San Fermo della Battaglia
Via Fittavolo, 11
Tel. 031.2100230
suella.fabrizio@tiscali.it

IMPRESA & LAVORO

Studio
Suella Fabrizio
Ragioniere
Consulente del lavoro
San Fermo della Battaglia
Via Fittavolo, 11
Tel. 031.2100230
suella.fabrizio@tiscali.it

«Non c'è buona economia senza buoni imprenditori» PAPA FRANCESCO

L'ACQUA È IMPRESA DI FAMIGLIA «COSÌ VINCE IL MADE IN ITALY»

Se Lurisia è stata acquisita da Coca Cola, San Bernardo 4 anni fa è tornata a crescere con una proprietà comasca Antonio Biella, direttore generale: «Innovazione e sostenibilità, l'obiettivo è quota 300 milioni di bottiglie»

GUIDO LOMBARDI

Da quando abbiamo acquisito l'azienda, nel 2015, stiamo crescendo ogni anno a doppia cifra: ovviamente è sempre più difficile mantenere questi livelli di crescita, eppure ci stiamo riuscendo anche nel 2019». Lo spiega Antonio Biella, comasco, direttore generale del gruppo Montecristo - Acqua San Bernardo, con stabilimenti a Garesio e Ormea (Cuneo). Un percorso, quello di San Bernardo, tanto più significativo in questo periodo. Sì perché se Lurisia è stata acquisita da Coca-Cola, San Bernardo, quattro anni fa, ha fatto il percorso inverso: da una multinazionale - Nestlé Sanpellegrino - a un'azienda familiare italiana.

Quali dati mettono in luce lo sviluppo aziendale?
Per quanto riguarda i ricavi, l'incremento nel 2019 dovrebbe essere nell'ordine del 13%. Quattro anni fa, l'azienda produceva circa 100 milioni di bottiglie, oggi siamo saliti a 250 milioni e puntiamo l'obiettivo dei 300 milioni, che ormai consideriamo alla nostra portata.

Quali sono i fattori alla base di questa crescita?
In primo luogo, certamente è sempre valida la ricetta dell'azienda familiare italiana, ben gestita, vicina ai clienti e ai consumatori. Inoltre, un marchio come Acqua San Bernardo rischia di perdersi all'interno della galassia Nestlé. Mentre noi, dalla mattina alla sera, pensiamo solo allo sviluppo di questa impresa e di questo marchio.

In che modo avete modificato le strategie di sviluppo aziendale?
Oggi è più che mai importante essere innovatori, comprendere in quali nicchie di mercato posizionarsi, predisporre piani personalizzati per ogni singolo cliente. È ovvio che una simile strategia può essere perseguita meglio da un'azienda familiare piuttosto che da un gruppo multinazionale. Ogni cliente ha specifiche esigenze, così come ogni area geografica in cui arriva il prodotto ha caratteristiche differenti.

Ci può fare qualche esempio?
Noi vogliamo mostrarci vicini ai nostri clienti e ai territori in cui operiamo e lo facciamo in vari modi. Investiamo nelle vetrine, oppure in versioni dedicate delle nostre bottiglie, come quelle che abbiamo pensato per Portofino,



Antonio Biella, comasco, da quattro anni direttore generale di Acqua San Bernardo

per Cuneo o per la fiera internazionale del tartufo di Alba. Puntiamo inoltre sul design: la forma delle nostre bottiglie, ossia quella delle "Goce" disegnate da Giorgetto Giugiaro, è inconfondibile e non lascia mai indifferenti i clienti. Anche all'estero di solito è un amore a prima vista. Vengono subito riconosciuti la qualità e il design Made in Italy.

Cosa sta facendo il vostro gruppo sul fronte della sostenibilità ambientale?
Parlo molto volentieri di questo

tema, ma vorrei fare due premesse. In primo luogo, noi da sempre cerchiamo di insistere per incrementare il consumo di acqua minerale in vetro. Si tratta infatti del contenitore che meglio preserva la qualità: inoltre è una risorsa e non un rifiuto, è a rendere e non a perdere. La vita media delle nostre bottiglie di vetro è molto lunga e alcune di esse, alla fine dei processi di riutilizzo, vengono trasformate in un gadget che regaliamo ai nostri clienti. Una parte delle bottiglie hanno quindi un destino finale

artistico. La seconda premessa è che è sbagliato demonizzare totalmente la plastica: è vero che, se abbandonato, si tratta di un materiale molto inquinante, ma è altrettanto vero che può essere riciclato e riutilizzato. Inoltre, in alcuni casi la bottiglia di plastica è necessaria: penso soprattutto a chi pratica un'attività sportiva. Infine, non va dimenticato che per produrre una bottiglia di plastica si inquinano meno che per realizzare una bottiglia di vetro o una lattina. Detto questo, siamo molto impegnati

LA SCHEDA

LA STORIA
La fonte di Acqua San Bernardo è nelle Alpi Marittime. Alla fama del brand ha contribuito il design italiano, da quando negli anni '90 Giorgetto Giugiaro ne ha firmato l'inconfondibile bottiglia "Goce", ancora oggi un'icona.

LA SVOLTA
Nell'aprile del 2015, il Gruppo Montecristo ha acquistato San Bernardo dalla multinazionale Nestlé Sanpellegrino, rendendola nuovamente un'impresa italiana al 100%.

LA CRESCITA
In questi 4 anni, la produzione è passata da 100 a 223 milioni di bottiglie, con 30 nuove assunzioni, 4 nuove linee produttive, un nuovo magazzino e nuovi prodotti

sul tema della sostenibilità.

In che modo?
Recentemente abbiamo lanciato la versione in lattina dell'acqua San Bernardo e crediamo che questa mossa sia molto utile per la riduzione dell'inquinamento. Inoltre, il nostro stabilimento di Garesio funziona grazie al parco eolico installato sul colle San Bernardo che è in grado di soddisfare tutti i nostri consumi. Infine, stiamo cercando di valutare altre possibilità per ridurre al massimo il nostro

impatto ambientale.

San Bernardo è anche sinonimo di attenzione allo sport e agli eventi del territorio.

Certamente e ci stiamo impegnando molto in questo settore. Abbiamo una predilezione per gli sport e gli eventi che regalano emozioni e che sono in linea con i nostri valori. Ogni goccia d'acqua conta, ogni sforzo non deve andare perduto. Per questo abbiamo investito nella fiera internazionale del tartufo, nel Salone del Mobile e nelle associazioni sportive. Vogliamo trasformare la fortuna che abbiamo avuto, ossia quella di essere imprenditori, in possibilità di emozione per il pubblico attraverso lo sport e lo spettacolo. Nell'area cuneese, dove l'acqua sgorga e dove siamo particolarmente legati al territorio e alla tutela dello stesso, sponsorizziamo la pallavolo maschile e femminile e la squadra di pallanuoto, uno sport locale molto praticato. Siamo però orgogliosi di essere comaschi e quindi sul Lario abbiamo il nostro cuore: ecco perché abbiamo dato una mano importante alla pallacanestro Cantù, che oggi porta il nostro nome, e sosteniamo il Calcio Como, sia maschile che femminile. Investiamo, lo ripeto, dove individuiamo valori in linea con i nostri. Oggi al vertice di queste società sportive ci sono amministratori validi, allineati sugli ideali positivi in cui crediamo.

Quali sono i progetti aziendali per il futuro?

In questi anni abbiamo realizzato numerosi investimenti nei processi produttivi e nei prodotti. Recentemente, durante un evento ospitato al Saigon di Milano, abbiamo presentato la nuova iniziativa di Acqua San Bernardo che, per la stagione 2019, ha proposto le sue "Drops of tea": tre veri e propri infusi figli della storia orientale, "The Matcha" dal Giappone, "The Kombucha" dalla Cina e "The Moringa" dall'India. Tutti i "Drops of tea" sono in acqua minerale San Bernardo, che esalta le caratteristiche naturali dei tè. Presto lanceremo una nuova serie di bibite, biologiche. Inoltre, la nostra strategia è quella di rafforzarsi e presentare sul mercato ancora nuovi prodotti. Installeremo presto nuove linee ed assumeremo altri dipendenti con l'obiettivo di rafforzare questo marchio in cui crediamo. I 300 milioni di bottiglie di Acqua San Bernardo e i 600 milioni di bottiglie allivello di gruppo sono ormai vicini e già nel 2020 i due target potrebbero essere raggiunti.

Quattro stabilimenti Duecento dipendenti

Il gruppo Montecristo, di cui fa parte il marchio Acqua San Bernardo, nasce dall'unione di due famiglie italiane, da generazioni protagoniste nel settore delle acque minerali e del beverage. Nel 2011 è stata acquisita Fonte Ilaria spa di Luca e nel 2012 Fonti Di Posina spa di Vicenza. La produzione totale oggi è di 500 milioni di bottiglie, per 90 milioni di fatturato, con 4 stabilimenti e 200 dipendenti.

Il piano industriale quinquennale sugli stabilimenti di Garesio e Ormea (Cuneo) ha previsto l'installazione di due nuove linee a Ormea e la predisposizione di una sala di preparazione degli sciroppi dedicata a bibite gasate e bevande piatte in asettico. A Ormea è stato realizzato anche il nuovo polo logistico e magazzino di prodotti finiti e si producono bevande in vetro e in lattina. Dopo il completamento del

la gamma di bottiglie, le "Goce" di design by Giugiaro, la 75 cl vetro gasata, il mezzo litro Pet "Premium" e la litro in vetro con tappo a vite, il 2016 per Acqua San Bernardo è stato l'anno dei nuovi prodotti "The Bio in Acqua minerale San Bernardo", al limone e alla pesca.

Nel 2017 San Bernardo ha fatto il suo ingresso nel mondo del soft drink con bevande bigusto. L'azienda ha successivamente presentato il progetto "Limited Edition": la bottiglia mezzolitro Pet "Premium", ispirata alle famose Goce di Giorgetto Giugiaro, viene "vestita" con disegni

d'autore dedicati ai meravigliosi angoli del nostro Paese. Previsto a breve anche il debutto di "Drops of Drinks", bibite biologiche dedicate ai caratteristici sapori italiani.

Per quanto riguarda la sola Acqua San Bernardo, la produzione è passata dai 100 milioni di bottiglie del 2014 ai 223 milioni del 2018 ed oggi è vicino il traguardo dei 300 milioni. Nel mese di giugno 2019 sono state vendute 28 milioni di bottiglie, un record storico per l'azienda. Sul fronte dell'occupazione, dal 2016 sono state realizzate 30 nuove assunzioni stagionali e dal 2018 nuove assunzioni a tempo indeterminato.



CISL dei LAGHI

www.cisldeilaghi.it

RASSEGNA STAMPA

VIII

Artigianato di eccellenza

LA RICERCA

A rischio di estinzione venticinque antichi mestieri

L'ombrello ma anche l'arrotino o il canestro, l'artigiano che realizzava cestini e il ceraiolo artigianale. L'elenco dei mestieri in via di estinzione messo a punto dalla Cgia di Mestre è lungo, sono 25 le attività ormai rare. Anche trovare un calzolaio, una ricamatrice,

un guantaio o uno scalpellino in città è sempre più difficile. E così il casaro, il cocciaio, il cordaio, il norcino, il materassoio, il maniscalco, il sellaio. Alcune attività sono ormai davvero costose e non tutti le conoscono ma diventano sempre più difficili da trovare anche, secondo l'indagine, i barbieri, i fotografi, i

corniciai, i rilegatori di libri, il mugnaio (inteso come macinatore di grano e granaglie), il sarto e il seggioiaio. Negli ultimi dieci anni si sono persi 165.500 attività artigianali (-11,3 per cento), un tributo alla crisi e ai tempi che cambiano altissimo. Solo nel 2018 hanno abbandonato il campo 16.300 unità (-1,2 per cento).



LA PROVINCIA
LUNEDÌ 14 OTTOBRE 2019

L'ultimo produttore di veri ombrelli

La storia. Ha origine bellagina la Antonio Poletti, piccola azienda che lavora nell'alta gamma dell'accessorio Otto dipendenti, 30mila pezzi all'anno; partnership con i top brand della moda, da Gucci a Missoni e Versace

BELLAGIO

GUIDO LOMBARDI

Fino al Settecento erano utilizzati solo dai nobili e generalmente portati da un servo. Non servivano per ripararsi dalla pioggia, bensì per coprirsi dall'eccessivo irraggiamento solare. Contro il maltempo, infatti, si utilizzavano mantelli o cappucci. Solo nell'Ottocento si iniziò ad usarli come parapigioggia ed il primo a lanciare questa nuova moda fu - è facile immaginarlo - un inglese: Jonas Hanway, viaggiatore, polemista, filantropo, precursore dei tempi alquanto ridicolizzato per la sua invenzione.

L'origine inglese

Stiamo parlando degli ombrelli e della relativa filiera produttiva. Sebbene si tratti di un oggetto tipicamente inglese, in Italia è presente un'importante tradizione manifatturiera legata a questo settore, con una presenza significativa in Lombardia, soprattutto nel Mantovano e nella zona dell'Alto Veronese, sul lago Maggiore. Eppure la più antica produttrice italiana di ombrelli, ancora oggi in attività, è la ditta Antonio Poletti & C., fondata nel lontano 1846 a Milano da un imprenditore originario di Bellagio.

Tra i primi a capire che l'innovazione dell'inglese Hanway avrebbe avuto successo anche nel nostro Paese, dopo aver avviato un laboratorio artigianale, nel 1848 il bellagino Lorenzo Poletti apre una bottega d'ombrello a Milano, in Porta Romana, dove vende anche parasoli, bastoni ed altri articoli di pelle.

L'attività prosegue fino al 1916, quando un bombardamento aereo distrugge diversi edifici commerciali della zona, tra cui la bottega di Poletti. Ma la famiglia ricomincia da capo e successivamente trasferisce l'attività in via Solferino, dove si trova il laboratorio di produzione ed il negozio di vendita.

Nel 1926 l'azienda, guidata da Antonio, il figlio del fondatore, assume l'attuale denominazione ed inizia a produrre anche per altri clienti, italiani e stranieri.

Negli anni Cinquanta è Tino Poletti a prendere le redini dell'attività, cercando di modernizzare l'azienda ma senza rinunciare alla tradizione artigianale. Inizia così una fase di crescita e sviluppo che prosegue anche nel nuovo secolo, quando alla guida della Antonio Poletti arrivano i figli di Tino, Renzo e Mario, che nel 2000 trasferiscono la società nell'attuale sede di Garbagnate Milanese, vicino agli snodi autostradali.

«Siamo tra le pochissime realtà ancora in attività che producono ombrelli realmente made in Italy: nella nostra azienda entra il bastone di legno ed esce l'ombrello completo», racconta Mario Poletti. «Il 90% della nostra produzione - prosegue - viene venduto a grandi brand della moda: Missoni, Gucci, Versace, Valentino e altri. Queste aziende - dice Poletti - sono operative nel settore dell'alta moda e continuano ad apprezzare una produzione totalmente italiana».

I numeri della produzione
Oggi alla Antonio Poletti lavorano otto persone e vengono realizzati circa 30mila ombrelli l'anno. «I nostri dipendenti - prosegue l'imprenditore - sono con noi da moltissimi anni e sono dunque eredi di una tradizione che, nella nostra azienda, è stata continuamente tramandata dai più vecchi alle nuove leve».

I costi stanno cambiando ed oggi sono sempre più diffusi ombrelli che possono considerarsi quasi "usa e getta". Ma questo mutamento non preoccupa la famiglia Poletti che, proseguendo una storia che si avvia verso i duecento anni,



Renzo e Mario Poletti in laboratorio

continua a proporre prodotti di alta qualità realizzati secondo la "ricetta" dei predecessori. «Ecco perché pensiamo che questa azienda abbia un futuro - conclude Mario Poletti - e ci auguriamo che i nostri figli possano un giorno proseguire l'attività». Sarebbe la sesta generazione di imprenditori per questa famiglia partita a metà dell'Ottocento dalla "perla del Lario".

La mappa



Cucitura artigianale nella lavorazione della Antonio Poletti

L'ultimo distretto resiste sul Verbano

La produzione italiana di ombrelli è ridotta ormai ai minimi termini e sono pochissime le imprese ancora sul mercato, come testimonia l'imprenditore Mario Poletti. Eppure, anche se le persone tendono ad utilizzare meno questo oggetto rispetto al passato, i consumi continuano ad essere elevati. Se prima l'Italia era il cuore della produzione mondiale di ombrelli, oggi il leader di mercato è la Cina. In particolare, il distretto produttivo cinese si trova nella città di Songxia, a circa due ore d'auto da Shanghai. Qui sono presenti 1.200 aziende con 40.000 operai, per una produzione trasversale: ombrelli da pioggia, ma anche da golf, da sole, per bambini oppure pieghevole. Questo distretto industriale dal 2002 copre l'intera filiera produttiva: tessuti, raggi, manici, dispositivi di scorrimento sono prodotti interamente nella zona, generando un fatturato annuo complessivo di 1,5 miliardi.

Certo, gli ombrelli di Songxia non hanno nulla in comune con la tradizionale produzione italiana e neppure con i modelli hi tech prodotti da aziende specializzate. Si tratta piuttosto di ombrelli "usa e getta" che hanno un costo medio di circa 5 euro. Il primo acquirente sono gli Stati Uniti, che comprano più della metà della produzione cinese. Anche per l'ombrello, quindi, la globalizzazione ha cambiato il mercato.

Nel nostro Paese, oltre all'azienda della famiglia Poletti, le altre imprese produttrici ancora attive sono presenti soprattutto intorno al lago Maggiore, tanto che a Gignese (in provincia di Verbano-Cusio-Ossola) si trova il museo, unico al mondo, dell'Ombrello e del parasole. Nato da un progetto di Igino Ambrosini, figlio e fratello di ombrellai, il museo si insediò nel 1939 al piano superiore delle scuole elementari. Nel 1976 il museo è stato trasferito nell'attuale edificio.

Nelle vetrine al piano terreno sono esposti circa 150 dei 1.500 pezzi inventariati, soprattutto parasole e parapigioggia che ripercorrono l'evoluzione della moda dall'800 ad oggi. Accanto ad essi si trovano i materiali di copertura, la seta e le fibre sintetiche, le impugnature in avorio, in legno, in argento, le minuterie che contribuiscono a rendere l'ombrello un oggetto pratico, bello ed elegante. Al piano superiore ecco le testimonianze storiche sull'uso del parasole e del parapigioggia, i figurini di moda ed il ricordo dell'attività degli ombrellai. G. LOM.

Il Made in China ha cambiato il mercato italiano

Il mondo della produzione di ombrelli in Italia è cambiato radicalmente negli ultimi vent'anni. Il 90% dei produttori italiani, infatti, ha chiuso i battenti, soprattutto per carenza di domanda e per la concorrenza dei prodotti asiatici che hanno prezzi differenti. «Quando ho iniziato a lavorare - spiega Mario Poletti -

l'Italia era il maggiore produttore mondiale, mentre al secondo posto c'era la Germania. In entrambi i Paesi, si era creato un indotto di grande valore costituito da artigiani che lavoravano il legno, la pelle, le impugnature, i meccanismi di funzionamento. Tutto questo non c'è più. Oggi - prosegue l'imprenditore - sono solo tre le

aziende in Italia che realizzano prodotti interamente made in Italy, e sono operative al nord, perseguendo una tradizione che ha radici storiche. Per poter sopravvivere e resistere alla concorrenza globale, ci sono solo due possibilità: realizzare prodotti speciali di alta gamma, grazie a manodopera qualificata, oppure lavorare direttamente per i brand dell'alta moda».

Per comprendere come è cambiato il settore, sono importanti alcuni numeri: in tutta Europa vengono prodotti circa 100.000 pezzi ogni anno, mentre in Asia siamo a quota 150 milioni. «Anche nel nostro Paese - dice ancora l'artigiano - dove vengono acquistati circa 8



L'ingresso dell'azienda

milioni di ombrelli ogni anno, il 99% è importato dall'Asia».

La ditta Antonio Poletti & C. lavora attualmente per marchi come Gucci, Prada, Fendi, Armani, McQueen. «Per noi è fondamentale lavorare per queste aziende - prosegue Poletti - ma certo non è facile: non c'è continuità d'acquisto e basta il cambio di uno stilista per mettere fuori gioco un fornitore».

Per quanto riguarda le vendite, secondo Poletti negli ultimi cinque anni il valore del made in Italy si è decisamente rafforzato sui mercati di tutto il mondo. «Prima vendevamo solo in Italia e in Europa - racconta - mentre oggi stiamo ottenendo ottimi risultati anche

in altri territori, ad esempio in Cina e in Corea, con volumi in netta crescita ma solo per quanto riguarda l'alta gamma».

La differenza del made in Italy rispetto ad altre produzioni non riguarda solo la lavorazione ma anche i materiali utilizzati. «In un momento in cui si parla molto di sostenibilità ambientale - aggiunge - è importante utilizzare materiali ecologici ed alcuni brand lo richiedono espressamente. Inoltre, soprattutto nel segmento del lusso, assume un grande significato il ricorso a materiali nobili: penso ad esempio alle impugnature realizzate nella nostra azienda con oro, palladio o rutenio».

G. LOM.



Erba

REDEBBA@LAPROVINCIA.IT
Tel. 031 582311 Fax 031 521303

Ernesto Galigani e.galigani@laprovincia.it 031.582354, Emilio Frigerio e.frigerio@laprovincia.it 031.582335, Nicola Panzeri n.panzeri@laprovincia.it 031.582451, Pier Carlo Batté p.batte@laprovincia.it 031.582386, Roberto Calmi r.calmi@laprovincia.it 031.582361, Raffaele Foglia r.foglia@laprovincia.it 031.582356, Anna Savini a.savini@laprovincia.it 031.582353



L'ingresso del polo catastale-ufficio tributi del Comune di Erba dislocato in via Diaz FOTO BARTESAGHI

Il punto

Ecco lo sprint nella lotta all'evasione



Indicazioni

Potenziamento delle risorse

Il regolamento approvato nei giorni scorsi dalla giunta comunale prevede che il cinque per cento delle somme riscosse con la lotta all'evasione (nel campo dell'Imu e della Tari) venga destinato "al potenziamento delle risorse strumentali degli uffici comunali preposti alla gestione delle entrate" e "al trattamento economico accessorio del personale coinvolto nel raggiungimento degli obiettivi di recupero evasione". Una facoltà prevista dalla legge 145 del 30 dicembre 2018.

Bonus

Non solo ai dipendenti

L'assessore alle finanze Gianpaolo Corti ha spiegato che la quasi totalità di quel cinque per cento verrà destinata ai bonus per i dipendenti degli uffici tributi e polo catastale; una piccolissima parte sarà utilizzata per potenziare le strumentazioni. Un esempio concreto: su 20mila euro, 19mila euro finirebbero nelle buste paga dei dipendenti, mille euro verrebbero utilizzati per acquistare strumenti informatici (un comparto per il quale l'amministrazione ha già investito molto soldi).

Bilancio

Approfondimenti legali

Il sistema dei bonus entrerà in vigore a partire dal 2020, a patto che il bilancio di previsione venga approvato entro i termini legali. Non è escluso che il regolamento si possa applicare anche al 2019, ma a questo proposito sono in corso approfondimenti legali: se la risposta fosse affermativa, i dipendenti potrebbero spartirsi il cinque per cento dei 360mila euro recuperati fino ad ora con la lotta all'evasione nei campi dell'Imu e della tassa rifiuti (Tari). L.MEN.

Recupero delle tasse non pagate Il 5% va ai dipendenti comunali

Erba. La giunta ha approvato il nuovo regolamento sulle vecchie partite di Imu e Tari. Gli incentivi destinati nella quasi totalità solo a chi lavora all'ufficio tributi e polo catastale

ERBA
LUCA MENEGHEL

Un bonus di produttività per la lotta all'evasione fiscale. L'ultima arma messa in campo dall'amministrazione comunale per incentivare il recupero delle vecchie partite Imu e Tari passa dai premi in busta paga a favore dei dipendenti che si occupano di accertamenti tributari. Il sistema è assolutamente meritocratico: il bonus dipende dall'entità delle somme recuperate.

Il regolamento attuativo è stato approvato dalla giunta comunale nei giorni scorsi. «L'isti-

Gianpaolo Corti
Assessore

tuzione degli incentivi - spiega l'assessore alle finanze **Gianpaolo Corti** - è una facoltà concessa ai Comuni dallo Stato con la legge 145 del 30 dicembre 2018.

L'idea è quella di condividere con i dipendenti impegnati nella lotta all'evasione fiscale una piccola parte dei proventi effettivamente conseguiti.

I numeri

Il numero dei dipendenti è variabile, di volta in volta verranno coinvolti in progetti specifici alcuni impiegati dei settori tributi e polo catastale: i bonus, in ogni caso, saranno legati solo al recupero

delle vecchie partite Imu e della tassa rifiuti (Tari), indipendentemente dall'anno della notifica.

«Il bonus per i dipendenti - spiega Corti - sarà pari al cinque per cento delle somme effettivamente riscosse. Una piccolissima parte di quel cinque per cento sarà in realtà finalizzato al potenziamento delle risorse strumentali degli uffici, ma si tratta di una quota davvero irrisoria: abbiamo già investito molto per il potenziamento di computer e software, preferiamo destinare la quasi totalità di quel cinque per cento agli incentivi per il personale degli uffici tributi e del polo catastale».

La normativa mette un unico paletto: il sistema dei bonus si può attivare a patto che il bilancio di previsione e il rendiconto

vengano approvati entro i termini di legge. Per quanto riguarda la città di Erba, i bonus scatteranno sicuramente sulle somme riscosse nel corso 2020; resta da capire se è possibile estendere la misura anche a quanto è stato recuperato nell'anno i corso.

Cifre da certificare

Il 2019 si può comunque prendere ad esempio per quantificare i possibili bonus. Entro la fine di dicembre, tra vecchie partite Imu e Tari, l'amministrazione dovrebbe recuperare 360mila euro: il cinque per cento della somma, pari a 18mila euro, verrebbe spartito tra i dipendenti che hanno lavorato in prima linea al recupero dell'evasione.

Poniamo poi che tra uffici tri-

buti e polo catastale abbiano partecipato al progetto venti dipendenti (il numero effettivo potrà essere superiore o inferiore): il bonus sarebbe in media di 900 euro a testa.

«Non sono cifre astronomiche - osserva l'assessore Corti - ma abbiamo deciso comunque di sfruttare la norma, incentivando i dipendenti che dedicano molto tempo al recupero delle partite Imu e Tari. In futuro le entrate per il Comune saranno sempre più legate ai flussi tributari, la lotta contro l'evasione - oltre che una questione di giustizia - è essenziale per garantire la copertura delle spese comunali».

E anche per evitare di alzare le tasse a carico degli erbesi già le pagano regolarmente.



Professori in Europa a lezione di inclusione

GALLARATE - Un corso dedicato a professori e presidi per «migliorare e potenziare» l'offerta formativa con focus su internazionalizzazione e inclusione. È il fulcro di Erasmus KA1 per la mobilità dei docenti scolastici dal titolo "L'arte di accogliere la diversità: il diritto all'inclusione e il valore aggiunto dell'integrazione nella scuola di base" che è stato presentato all'Istituto Falcone (nella foto). Il progetto dura due anni, conta su un finanziamento europeo ed è destinato a 24 insegnanti e 8 fra dirigenti e coordinatori di plesso di un consorzio di 8 istituti comprensivi: il gallaratese Gerolamo Cardano (capofila), Bossi e Galilei di Busto Arsizio, De Amicis di Gallarate, Carminati di Lonate

Pozzolo, Manzoni di Samarate, Galvaligi di Solbiate Arno e Cassano Magnago 2. Tra le finalità del percorso rientrano la formazione del personale sui temi dell'inclusione e dell'integrazione, l'osservazione di realtà scolastiche europee, l'applicazione di buone pratiche e l'inserimento delle scuole del consorzio in un processo di apertura all'internazionalizzazione. A fare gli onori di casa c'era Vito Iacqua, preside del Falcone, che quando era dirigente alle Gerolamo Cardano aveva dato il via al progetto. «La scuola sta cambiando», ha sottolineato. «E noi non dobbiamo restare indietro. Dobbiamo concentrarci sulle tre "I": inglese, informatica e imprenditoria». Pensiero

condiviso anche dalla nuova dirigente delle Gerolamo Cardano, Germana Pisacane, che ha spiegato: «Vogliamo cogliere dalle scuole europee non un modello, ma spunti da applicare alle nostre realtà». Presente anche la referente dell'Ufficio scolastico provinciale, Alessandra Antonini, che ha evidenziato come «le esperienze di mobilità saranno una grande opportunità di crescita personale e professionale nonché di confronto con altre realtà». E una prima esperienza sul campo è già stata fatta. Quattro docenti, per una settimana, sono state a Bath nel Regno Unito.

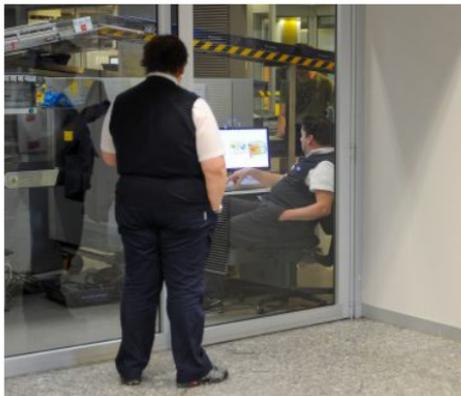
A.Col.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sciopero limitato per le guardie

AEROPORTO *La Cassazione dà ragione alla società accusata di condotta antisindacale*



Anche la vigilanza ai varchi risponde alle regole aeroportuali (foto Blitz)

MALPENSA - Sin qui i giudici (Tribunale civile di Busto Arsizio e Corte d'Appello civile di Milano) avevano sempre dato ragione al sindacato che aveva denunciato una società di vigilanza varesina per comportamento antisindacale nei confronti di alcuni dipendenti al lavoro a Malpensa. L'azienda li aveva ritenuti colpevoli di aver aderito a uno sciopero di categoria nell'aprile 2009. In Cassazione c'è stato però il colpo di scena. Con annullamento della sentenza di secondo grado (aveva confermato la condanna del datore di lavoro emessa in primo grado e la contestuale legittimità dello sciopero proclamato dal sindacato) e il rinvio della causa a un'altra Corte a Milano.

Che cosa è successo? La Suprema Corte ha accolto il ricorso dell'azienda, ritenendo legittima la condotta.

La vicenda merita di essere spiegata in breve. La Filcams-Cgil della provincia di Varese aveva sporto denuncia contro la società di vigilanza per due motivi:

perché aveva affisso nella bacheca aziendale una comunicazione a tutto il personale operativo nella sede dell'aeroporto in cui si dichiarava che per la giornata successiva non era stata indetta alcuna azione di sciopero, come da comunicazione della Commissione di garanzia dell'attuazione della legge sullo sciopero nei servizi pubblici essenziali; perché aveva intrapreso «un'azione disciplinare nei confronti del personale aderente, in ragione della sua partecipazione all'agitazione sindacale» indetta dalla sezione provinciale del sindacato di categoria, cioè quello a cui appartiene il settore della vigilanza privata.

Ecco, proprio in quest'ultimo dettaglio sta l'inghippo. O meglio: l'oggetto del contendere. A seguire la linea difensiva della società, l'attività svolta dal proprio personale a Malpensa, incentrata sui controlli di sicurezza in ambito di trasporto aereo delle merci, non può essere considerata di vigilanza pura e semplice, ma al contrario deve essere

ricondata ai servizi aeroportuali. Così, in caso di sciopero non può che trovare applicazione la regolamentazione del trasporto aereo. Nello specifico, poiché allo sciopero indetto dal sindacato di categoria dei lavoratori del commercio, del turismo e dei servizi non aveva aderito quello — competente — dei trasporti, la condotta dell'azienda sarebbe stata legittima e tutto fuorché antisindacale. Questa tesi, respinta in due gradi di giudizio, è stata invece valorizzata dalla Cassazione.

Gli Ermellini, nell'annullare con il rinvio, hanno parlato chiaro. Tanto le norme sul trasporto aereo quanto la prassi interpretativa della Commissione di garanzia dell'attuazione della legge sullo sciopero nei servizi pubblici essenziali inseriscono «tra i servizi pubblici da garantire in caso di sciopero anche quelli di sicurezza aeroportuali, ivi compreso il controllo degli accessi al varco».

Luca Testoni

© RIPRODUZIONE RISERVATA