

Anno XIII - n. 7-8 • Luglio-Agosto 2026

PERIODICO MENSILE A CARATTERE SOCIO-POLITICO, SINDACALE E CULTURALE



LA CRISI CHE PUNGE

ARTIGIANATO E PMI

AIUTI ALLE PMI FEMMINILI DEL
LAZIO, QUANDO LA RIGIDITA'
PORTA ALL'ESCLUSIONE

COMMERCIO

TRANSIZIONE 5.0 ANCHE
PER IL COMMERCIO,
UN'OPPORTUNITÀ CHE DEVE

AGRICOLTURA

LIGHTHOUSE AGRITECH,
UN LABORATORIO PER
IL FUTURO AGRICOLO



ARTIGIANATO & IMPRESA

Periodico mensile
a carattere socio-politico,
sindacale e culturale

Anno XIII

n. 7-8 - Luglio-Agosto 2026

CONTATTI:

-  CILA Nazionale
-  Artigianato&Impresa
-  @CILA_Nazionale
-  Cila Nazionale

www.cilanazionale.org
www.alaroma.it
www.consorziocase.com
www.ispanazionale.org
www.uils.it

consulenza@cilanazionale.org
comunicazione@cilanazionale.org



Artigianato & Impresa

EDITORE

Federazione Regionale dell'Artigianato del Lazio

DIRETTORE RESPONSABILE

Massimo Filippo Marciano

PROPRIETARIO

Antonino Gasparo

COORDINATORE DI REDAZIONE

Alessio Celletti

REDAZIONE

Claudia Addeo
Sara Borraccino
Alessio Celletti
Lorenzo Cuzzani
Catalina Elena Damian
Chiara Dara
Carmen Ostuni
Silvia Parente
Layla Perroni
Alessandro Sisti

STAMPA

Stampato in proprio in
Via Sant'Agata dei Goti, 4 - 00184 - Roma

DIREZIONE E REDAZIONE

Via Baccina, 59 - 00184 Roma
tel.: 06 699 233 30 - fax: 06 679 7661

Registrazione Tribunale di Roma N° 298
del 12/12/2013

*Gli articoli e le note firmati (da collaboratori esterni
i ovvero ottenuti previa autorizzazione) esprimono
soltanto l'opinione dell'autore e non impegnano la C.I.L.A.
e/o la redazione del periodico. L'editore declina ogni
responsabilità per possibili errori od omissioni, nonché
per eventuali danni derivanti dall'uso dell'informazione
e dei messaggi pubblicitari contenuti nella rivista.*

INDICE

• Artigianato & Impresa | Anno XIII | n. 7-8 | Luglio-Agosto 2026 •



© Foto creata con www.meta.ai.com



© Foto di www.copilot.microsoft.com



© Foto creata con www.chatgpt.com

EDITORIALE

LA CRISI CHE PUNGE
..... 4

ARTIGIANATO E PMI

COSA È IL 28° REGIME UE?
..... 6

EXPORT ITALIA, SOLO
UNA PMI SU TRE GUARDA
OLTRE L'EUROPA
..... 8

AIUTI ALLE PMI FEMMINILI
DEL LAZIO, QUANDO
LA RIGIDITÀ PORTA
ALL'ESCLUSIONE
..... 10

IL NEGOZIO FISICO
NON È MORTO: COME
COMPETERE CON
L'E-COMMERCE
..... 12

VENDERE ALL'ESTERO
NEL 2026, LE NUOVE
OPPORTUNITÀ PER
LE PMI ITALIANE
..... 14

PROGETTI SPECIFICI
PER FAR TORNARE
LE BOTTEGHE ARTIGIANE
NEI CENTRI URBANI
..... 16

IL GREEN COME RISORSA
PER IL RILANCIO
INDUSTRIALE EUROPEO.
IL CLEAN INDUSTRIAL
DEAL E L'INDUSTRIAL
ACCELERATION ACT
..... 18

COMMERCIO

TRANSIZIONE 5.0 ANCHE
PER IL COMMERCIO,
UN'OPPORTUNITÀ CHE DEVE
DIVENTARE ACCESSIBILE
..... 20

AGRICOLTURA

APICOLTURA,
CONCORRENZA SLEALE E
TUTELA DEL
CONSUMATORE. IL
MERCATO DEL MIELE TRA
IMPORTAZIONI E FRODI
..... 22

FORMAZIONE
OBBLIGATORIA,
NUOVE REGOLE PER
L'AGRICOLTURA: COSA
CAMBIA DAL 2026
..... 26

LIGHTHOUSE AGRITECH,
UN LABORATORIO PER
IL FUTURO AGRICOLO
..... 28

DDL COLTIVAITALIA,
OLTRE 1 MILIARDO PER
L'AGRICOLTURA
..... 30

— I NOSTRI CONTATTI SOCIAL —



CILA Nazionale



Artigianato&Impresa



@CILA_Nazionale



Cila Nazionale



Cila Nazionale



Cooperativa sociale per
i Servizi alla Famiglia ONLUS



5x mille

La donazione del 5xmille nella dichiarazione dei redditi rappresenta per la ONLUS un gesto di solidarietà e di partecipazione, a sostegno dei cittadini meno protetti. L'occasione ci è gradita per augurarVi buone ferie.

Il Presidente

Antonino Gasparo

➔ Per rendere più efficace l'iniziativa chiediamo divulgazione e suggerimenti

Versa il 5 x mille alla **Cooperativa Sociale per i Servizi alla Famiglia ONLUS**, aiuta i cittadini meno protetti.

La ONLUS ha istituito un **Fondo di Solidarietà** a sostegno del Progetto Sociale Abitativo, ideato dalla UILS (Unione Imprenditori e Lavoratori Socialisti) e dalla CILA (Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani). Aiuta i cittadini che si trovano in disagio sociale abitativo e i piccoli imprenditori (artigiani, commercianti e agricoltori). La ONLUS chiede la cooperazione dei contribuenti al fine di agevolare il progetto sociale già avviato. Per ulteriori informazioni visita il sito www.coopservizionlus.org

Come puoi partecipare?

Inserisci il **Codice Fiscale 06290741005** della ONLUS nell'apposito riquadro presente su i modelli per la dichiarazione dei redditi (Modello Unico, 730, CUD) e apporre la tua firma. Il tuo 5 x mille è una donazione i cui risultati saranno pubblicati sui nostri siti www.coopservizionlus.org, www.cilanazionale.org, www.uils.it e sui i **canali social**.

La CILA, nel programma di espansione nel territorio nazionale, sta istituendo nuove sedi anche in collaborazione con professionisti, commercialisti e avvocati al fine di dare assistenza ai propri associati, artigiani, commercianti e agricoltori. I professionisti interessati possono contattarci tramite email: famiglia.servizi@gmail.com o al numero 06 69923330

COOPERATIVA SOCIALE PER I SERVIZI ALLA FAMIGLIA ONLUS

Via di Sant'Agata de Goti, 4
00184 Roma

EMAIL:

famiglia.servizi@gmail.com

TEL. 06 69923330

Scadenza dichiarazione 730
dal 30/04/2024 al 30/09/2024

Scadenza compilazione Modello
Unico dal 15/04/2024 al 15/10/2025

LA CRISI CHE PUNGE



**Editoriale di
Antonino Gasparo**
Presidente CILA

Siamo edotti sulla smisurata crisi economica che ha coinvolto l'Italia già da anni e che fa sentire i suoi effetti sulla produttività e sull'occupazione. Purtroppo questo si è verificato soprattutto per la mancanza di un piano politico di ripresa economica equilibrata, condiviso anche tra tutte le forze sociali. Proposte che la politica, a oggi, non è stata capace di fare. Il Paese ha bisogno di una ripresa dell'occupazione e di sostenere le PMI per un'accelerazione della produttività.

La politica, da parte sua, non fa altro che cercare di distrarre cittadini e imprese, per nascondere la gravità della situazione economica. Questa inefficienza istituzionale, così, si è trasformata in una nostra protesta che vuole essere di richiamo e di esortazione affinché le forze politiche prendano atto del pericolo che tutti stiamo correndo.

Volendo, possiamo ancora pianificare un'azione condivisa tra tutte le forze sociali e produttive, disponibili a invertire le criticità in positività. Solo la ripresa produttiva, difatti, potrà produrre stabilità e sicurezza economica trainando con sé l'occupazione.

Le imprese, allo stato attuale, trovano solo ostacoli oggettivi di competitività. Con una scossa, bensì, potranno riprendere coraggio e respirare un'aria nuova. Esse sono e rappresentano l'unico strumento in grado di trainarci fuori dall'inattività produttiva e dalla crisi occupazionale, nella quale la politica purtroppo ci ha trascinati.



La nostra ricchezza nazionale è basata sulla stabilità produttiva delle imprese, che costituiscono il perno principale della nostra economia. Riteniamo che le categorie minori: commercio, artigianato, agricoltura e micro impresa, siano quelle più laboriose e preparate della società e, per questo, ci auguriamo che non perdano il loro entusiasmo nel fare impresa.

Il ruolo che svolgono è importantissimo e fondamentale per il buon andamento dell'economia italiana e per tali ragioni, riteniamo che debbano essere maggiormente incoraggiate, sostenute e tutelate per metterle in condizione di poter proseguire la loro attività, fondamentale per il Paese.

Il periodico "Artigianato & Impresa" è nato proprio per questo. Per sostenerle e informarle mensilmente sulle novità legislative, d'interesse comune, nonché sugli incentivi economici, fiscali e finanziari disposti dalle leggi nazionali ed europee.

La CILA (Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani), di cui il periodico è espressione, rimane a disposizione di tutti coloro che ne facciano richiesta, per la ricerca della soluzione più adeguata alle specifiche esigenze.

L'ARMONIZZAZIONE SOCIETARIA PASSA DALLA SEMPLIFICAZIONE COSA È IL 28° REGIME UE?

Eu Inc. a scuola da Letta e Draghi

L'Unione Europea interviene nuovamente sul mercato interno.

Questa volta con riferimento al diritto societario, andando così a esercitare la sua potestà concorrente ex art. 4 TFUE (Testo sul Funzionamento dell'Unione Europea).

Il fervore innovativo prodotto e recepito dai rapporti Letta e Draghi, rispettivamente diffusi ad aprile e settembre 2024 con titolazioni altisonanti (*Much more than a market* e *The future of European competitiveness*), ha dato luogo al cosiddetto **28° regime UE**.

Tale modello (proposto dalla Commissione il 18 marzo 2026, ndr) rappresenta un paradigma societario sovranazionale opzionale concepito per operare parallelamente ai 27 ordinamenti nazionali.

Si prefigge l'obiettivo di superare la frammentazione normativa che caratterizza il diritto societario europeo, riducendo gli oneri amministrativi e favorendo la competitività del mercato interno.

Il regime risponde alle indicazioni strategiche contenute nei dossier citati, che hanno evidenziato la necessità di un quadro regolatorio uniforme, digitalizzato e capace di attrarre investimenti in un contesto globale dominato da economie con sistemi societari più omogenei e scalabili.

È bene precisare come, nella sostanza, il 28° regime UE non sia altro che una derivazione pedissequa del *Rapporto Letta*, contenendo società europee digitali, registri unici, procedure societarie uniformi, strumenti finanziari standardizzati, stock option europee, insolvenza armonizzata per startup.

Il *Rapporto Letta* costituisce la proposta operativa della misura.

D'altra parte, il *Rapporto Draghi* fornisce fondamento macroeconomico e la giustificazione strategica, insistendo sull'importanza di forme societarie uniformi, procedure digitali comuni, regole omogenee per investimenti e stock option, un registro europeo interoperabile, un quadro unico per le imprese innovative.

Dalla sintesi di queste due fonti nasce la nuova forma societaria, denominata **EU Inc.**

L'impianto normativo è armonizzato.

Si ha riguardo la costituzione, la governance, il trasferimento delle partecipazioni, gli strumenti finanziari e gli obblighi informativi.

La costituzione avviene esclusivamente tramite procedura digitale, con un costo massimo stimato in 100 euro e senza capitale minimo obbligatorio. L'iscrizione deve essere completata entro 48 ore, salvo verifiche antiriciclaggio. Tale impostazione elimina la necessità di atto notarile, riducendo drasticamente tempi e costi rispetto ai modelli nazionali più rigidi.

La governance societaria è strutturata secondo criteri di flessibilità e standardizzazione. Sono previsti organi amministrativi semplificati, possibilità di deliberazioni digitali, trasferimento delle quote tramite registrazione elettronica e aumento di capitale, anche qui, senza intervento notarile. Particolare rilievo assume l'introduzione delle **EUESO**, stock option europee disciplinate da un regime uniforme, che prevede la tassazione al momento della cessione delle azioni, eliminando la cosiddetta *dry tax* che penalizza i lavoratori delle startup in diversi Stati membri.

In tale sistematica assume centralità il **Registro Europeo delle Imprese**, inizialmente basato sull'interconnessione BRIS (Business Registers Interconnection System) e destinato a evolvere in un registro unico entro 18 mesi.

Una simile infrastruttura garantisce interoperabilità, accesso standardizzato ai dati societari e riduzione degli oneri di compliance per imprese, investitori e autorità di vigilanza.

Il fine ultimo è individuato nella creazione di un ecosistema informativo comparabile a quello statunitense, dove la consultazione dei registri societari è rapida, uniforme e a basso costo.

Per le imprese italiane, l'adozione del 28° regime può generare vantaggi significativi, soprattutto per le realtà orientate all'internazionalizzazione.

Aspetto	Impatto
Burocrazia	Molto positivo
Internazionalizzazione	Positivo
Attrazione investimenti	Positivo
Trasparenza e controlli	Potenzialmente negativo
Competizione tra ordinamenti	Rischio elevato
Coerenza con diritto italiano	Criticità

La standardizzazione delle regole societarie riduce i costi di due diligence, facilita operazioni transfrontaliere e rende più semplice l'ingresso di investitori esteri, che possono operare in un quadro giuridico unico anziché confrontarsi con la complessità del diritto societario italiano.

La digitalizzazione integrale delle procedure costituisce inoltre un miglioramento sostanziale rispetto al sistema italiano, ancora fortemente dipendente da atti notarili e adempimenti cartacei.

Tuttavia, il 28° regime presenta anche **criticità strutturali**. Il rischio più rilevante è il **Forum Shopping Regolatorio**: imprese che operano stabilmente in Italia potrebbero costituirsi come EU Inc., scegliendo Stati membri con requisiti più permissivi, riducendo il livello di controllo sostanziale e generando potenziali distorsioni concorrenziali. Tale fenomeno potrebbe indebolire il ruolo del Registro delle Imprese italiano e delle Camere di Commercio, che attualmente garantiscono un elevato livello di vigilanza formale e sostanziale.

Ulteriori criticità riguardano la coordinazione normativa. L'EU Inc. non sostituisce gli obblighi fiscali, giuslavoristici e previdenziali nazionali, che continueranno ad applicarsi alle imprese operanti in Italia. Ciò potrebbe generare sovrapposizioni interpretative, soprattutto nelle fasi iniziali, con conseguenti incertezze operative per consulenti e imprese. Per le realtà che operano esclusivamente sul territorio nazionale, l'adozione del 28° regime potrebbe risultare non vantaggiosa, poiché non eliminerebbe gli adempimenti italiani e introdurrebbe un ulteriore livello regolatorio da gestire.

La misura ha una sua ragionevolezza.

Tuttavia, come evidenziato sopra, le criticità insite in una armonizzazione incompleta, rischiano di trasformarsi in uno strumento di asimmetria di mercato, andando a semplificare determinate procedure a danno di una concorrenza nazionale italiana, facendo entrare nel mercato interno nazionale realtà con oneri societari minori a svantaggio delle nostre imprese.

Qui non si sta sostenendo un'invocazione di un'armonizzazione cogente, anche perché la fiscalità è ricompresa nelle competenze concorrenti, per cui, per quanto spazio sia lasciato al legislatore nazionale, l'UE ha l'ultima parola attraverso il voto unanime del proprio Consiglio.

Ben venga uno strumento che possa semplificare il mercato interno europeo, dando anche più vigore alla libertà di stabilimento, ma il disimpegno verso l'orizzonte spere-

Voce	EU Inc. (28° regime)	SRL italiana
Natura giuridica	Regime sovranazionale opzionale	Forma societaria nazionale
Costituzione	100€ max, online, 48h	Atto notarile, tempi variabili
Capitale minimo	Nessuno	1€ o 10.000€
Registro	Registro europeo centralizzato	Registro Imprese (CCIAA)
Trasferimento quote	Digitale, senza notaio	Atto notarile obbligatorio
Stock option	EU-ESO uniformi	Regimi nazionali eterogenei
Governance	Flessibile, standardizzata	Vincolata al Codice Civile
Procedure concorsuali	Semplificate	Normativa italiana complessa
Controlli	Variabili per Stato membro	Elevati e uniformi
Vantaggio competitivo	Alto per imprese cross-border	Alto per imprese solo italiane

© Foto creata con IA Copilot

quativo che ne può derivare desta non poche preoccupazioni in ambito nazionale.

I rilievi circa le moltiplicazioni di fonti normative e sovrapposizioni di cui sopra potrebbero anche arricchire il già annoso problema dell'interpretazione conforme, prassi con cui il giudice nazionale spesso svislaccia la normativa nazionale in applicazione di quella dell'Unione.

Cila continuerà a tenervi aggiornati sull'evolversi della vicenda.



Lorenzo Cuzzani

Dopo gli studi in Giurisprudenza frequenta un corso in mercati finanziari fortemente orientato all'apprendimento del trading sul Forex. Il "Dealing on Foreign Exchange Market -FOREX-" gli fornisce gli strumenti per iniziare il percorso di trader, ambito in cui è attivo con particolare attenzione all'analisi fondamentale. Già redattore finanziario presso FX Empire e yahoo!finanza, sviluppa contenuti aziendali e paper finanziari e lavora come traduttore in ambito economico, finanziario e legale. Ha operato diversi anni anche nel settore no-profit, ricoprendo l'incarico di segretario di un'associazione senza scopo di lucro e direttore creativo di un'arena cinematografica.

A PADOVA UN INCONTRO SULLE SFIDE DELLA DIVERSIFICAZIONE
COMMERCIALE

EXPORT ITALIA, SOLO UNA PMI SU TRE GUARDA OLTRE L'EUROPA

Cavalcare l'onda dell'incertezza per rimanere vigili e competitivi sul mercato: questa la sfida e il centro del tema sviluppato a Villafranca Padovana. In un clima costante di incertezza economica, cresce la necessità di aprirsi verso nuovi confini

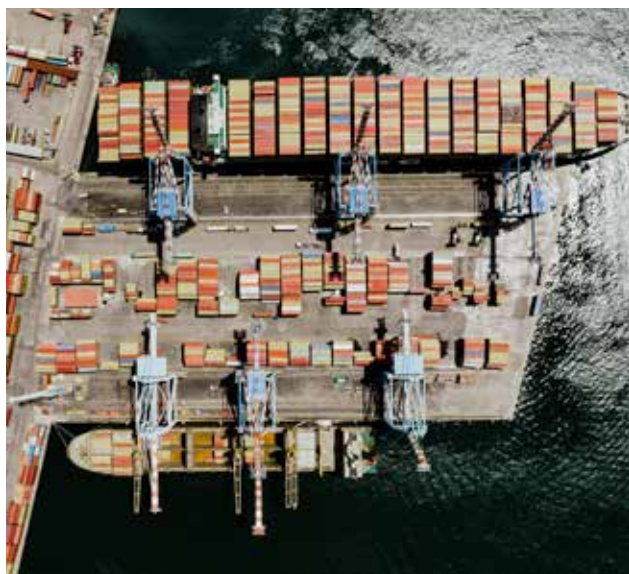
L'export continua ad ergersi come uno dei principali pilastri del sistema produttivo italiano, ma per una fetta significativa delle piccole e medie imprese l'espansione globale resta ancora fortemente ancorata al perimetro europeo. Questa è la fotografia scattata all'incontro **"Sviluppo internazionale delle PMI"**, ospitato ad inizio giugno nella prestigiosa cornice di Villa Ca' Dura, a Villafranca Padovana, e organizzato dalla Fondazione Civitas ETS, con la collaborazione di Ambico e GIFT Solutions. Un incontro che ha riunito personaggi del mondo delle istituzioni, del settore accademico e manager di primo piano per tracciare le opportunità che attendono le imprese italiane sui mercati globali.

Sfide dettate da un clima economico denominato dagli stessi stakeholders, presenti all'evento, **"certezza dell'incertezza"**. In un clima pervaso di dazi commerciali, instabilità geopolitica e costi energetici sempre più alti, la diversificazione dei mercati risulta essere la carta vincente.

I dati emersi durante l'appuntamento a Padova rispecchiano una realtà ben limitata: solo una PMI su tre del Nord Est d'Italia ha rivolto lo sguardo oltre i confini, verso mercati transoceanici. Eppure, l'apertura ai mercati internazionali rappresenta un'opportunità concreta per ampliare il proprio business, raggiungere nuovi clienti e consolidare la competitività delle imprese.



© Immagine di Karyme França - Karyme França - Photography



Ad aprire i lavori dell'incontro è stata **Federica Ingrosso**, Senior Specialist Relazioni Esterne SIMEST, che ha discusso delle opportunità a cui possono attingere le imprese rivolgendosi verso le sfide future. Si tratta della linea di finanziamento da 800 milioni di euro dedicata alle PMI che orientano le proprie vendite verso i mercati globali. «*Con questa nuova misura mettiamo a disposizione delle imprese un plafond pensato per dare stabilità in un momento in cui l'incertezza è diventata la condizione strutturale*», è stato il commento della Ingrosso. L'opportunità pensata da SIMEST si riferisce ad un contributo del 30 % tra fondo perduto in conto capitale e conto interessi. Una misura che si integra con altri strumenti: dalla partecipazione alle fiere allo sviluppo dell'e-commerce, dall'apertura di sedi all'estero alle certificazioni, fino agli investimenti strategici in Africa, America Latina e India.

L'intervento di **Marco Martincich**, Regional Director Business Network Nord Est, di SACE, ha posto invece l'attenzione sulla complessità del quadro commerciale. Si assiste ad una fase di crescita a livello internazionale che rallenta dopo un rimbalzo del commercio globale risalente al 2025. A partire dal 2026 fino al 2028 il trend economico dovrebbe essere più contenuto, aggirandosi intorno al 2-3% annuo.

In questo scenario, la risposta della PMI deve essere la diversificazione di tipo selettiva, puntando su Stati con rischi gestibili e opportunità alte. SACE ha individuato 16 mercati strategici adatti all'export italiano, tra cui figura l'India, il Messico, la Turchia e il Brasile, punti strategici che, in passato, hanno prodotto circa 83 miliardi di export e il 12,9 % del totale nel 2025.

L'espansione geografica non è però un processo semplice e immediato. Richiede competenze, investimen-

ti e capacità di analisi, ma non solo, perché accanto agli ostacoli interni, ci sono le barriere esterne, tra cui dazi e tensioni geopolitiche. A richiamare l'attenzione su queste criticità, il CEO di Sirman Spa, uno dei Top Manager di *Forbes Italia*, **Nicola Marzaro**, che invita le Piccole e Medie Imprese ad investire con convinzione sul valore aggiunto dei propri prodotti, unico fattore rilevante per rimanere competitivi.

Il tavolo si è concluso con l'intervento di **Jonathan Morello Ritter**, presidente di Fondazione Civitas ETS, che spinge le imprese a investire sul Made in Italy e a restituire centralità al settore ricerca e sviluppo.

Il tema finale quindi non riguarda più soltanto la quantità dei volumi di export, ma la capacità delle PMI italiane di ripensare la propria strategia di internazionalizzazione. In un contesto economico condizionato da instabilità geopolitica, la qualità del Made in Italy e la diversificazione dei mercati rappresentano i principali elementi su cui costruire una crescita sostenibile.

La vera sfida per le imprese italiane sarà trasformare l'incertezza in un'occasione di sviluppo, rimanendo protagonisti anche all'estero, per un domani più solido.



Chiara Dara

Chiara, classe 1998, laureata in Scienze politiche e specializzata in Comunicazione digitale e Marketing. Da sempre appassionata di giornalismo, ho scritto per qualche testata locale e per un istituto di analisi di relazioni internazionali, occupandomi di geopolitica soprattutto in ambito economico e di politica internazionale. Ho lavorato per un ente no profit, occupandomi di attività di ricerca e di gestione di vari progetti locali. Successivamente ho lavorato in un'azienda, occupandomi di marketing e vendite, a contatto con clienti privati e pubblici. Credo nel peso e nel potere delle parole, le quali generano legami e costruiscono significati profondi; in tal senso, vorrei vivere raccontando il mondo e le esperienze che offre, in ogni sua forma.

QUANTE PICCOLE E MEDIE AZIENDE LOCALI HANNO POTUTO DAVVERO RISPONDERE AI REQUISITI DEL BANDO DI LAZIO INNOVA?

AIUTI ALLE PMI FEMMINILI DEL LAZIO, QUANDO LA RIGIDITA' PORTA ALL'ESCLUSIONE

Il sostegno economico volto ad aiutare le imprenditrici laziali ha previsto criteri di sbarramento estremamente rigidi. Di conseguenza, il rischio concreto è che siano state più le realtà locali escluse da questo supporto economico rispetto a quelle che hanno potuto effettivamente usufruirne

© Immagine di drobotdean su www.pexels.com



Lo stanziamento della Regione Lazio per le PMI femminili del territorio è stato di 3 milioni di euro complessivi. Una somma pensata per incentivare la modernizzazione, la digitalizzazione e sostenere l'avvio di nuovi progetti. L'obiettivo principale dell'agevolazione era aumentare la competitività delle realtà imprenditoriali a gestione femminile, soprattutto a livello europeo, sostenere processi in linea con lo sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030 e velocizzare i processi operativi grazie alle innovazioni digitali. Parliamo di contributi a fondo perduto, quindi senza obbligo di restituzione, con una spesa ammissibile fino a 100mila euro

per progetto.

Tuttavia, per poter ambire a questo supporto economico, le piccole e medie aziende locali hanno dovuto fare i conti con requisiti d'accesso e clausole che non tutte le realtà del territorio possiedono o possono sostenere.

Il primo grande ostacolo è stato rappresentato dalla soglia minima di investimento per le spese dirette, come quelle per macchinari, software e attrezzature, fissata a 25mila euro. Una clausola che ha ridotto drasticamente le potenziali beneficiarie. In un tessuto economico composto da piccolissime imprese o micro-realtà artigianali e commerciali, chi non ha avuto la possibilità di programmare un investimento di tale portata è rimasto automaticamente escluso, non potendo nemmeno presentare la domanda.

A questo si aggiunge l'importante vincolo temporale per la realizzazione del progetto. Le aziende che risulteranno vincitrici e beneficeranno del contributo avranno infatti appena 9 mesi di tempo per completare l'acquisto dei beni, implementare i software e presentare l'intera rendicontazione delle spese sul portale. In un momento storico caratterizzato da frequenti ritardi nelle catene di fornitura globali e nella consegna di tecnologie e



macchinari, una tempistica così stringente rischia di penalizzare le imprese: un solo ritardo da parte di un fornitore potrebbe compromettere l'erogazione dell'intero contributo.

Ma l'aspetto forse più critico ha riguardato il meccanismo finanziario dell'agevolazione. Il bando, infatti, ha imposto alle PMI femminili l'obbligo di anticipare interamente gli investimenti. Il fondo perduto verrà erogato solo a rimborso, ovvero dopo la presentazione e l'approvazione di ogni singola fattura e quietanza di pagamento. Inoltre, la misura non coprirà il 100% delle spese, ma solo una quota compresa tra il 50% e il 70% del totale. La restante parte (dal 30% al 50%) rimaneva comunque a carico dell'azienda.

Davanti a delle richieste così importanti, sorge spontanea una riflessione. Da un parte è infatti chiaro l'intento della Regione e la volontà di sostenere economicamente le aziende femminili. Utilizzare fondi pubblici e indirizzarli verso realtà già consolidate del territorio è sicuramente un plus. In tal modo, le risorse non si disperdono e restano compatte verso alcuni settori.

Dall'altra parte, però, questo genera questo difficile nodo da sciogliere: come mai un'agevolazione economica diretta alle PMI femminili del Lazio ha dei requisiti minimi di partecipazione al bando così rigidi tali da rischiare di escludere tante piccole realtà poco autonome? In effetti, il bando sembrerebbe più rivolto verso coloro che hanno già un incasso e un'azienda solida, mentre realtà più modeste, - come le start up, ad esempio, sembrerebbero esserne fuori. Non può non essere menzionato

l'impatto burocratico e economico della partecipazione. La piattaforma GeCoWebPlus, sulla quale le aziende potevano fare domanda, non è molto intuitiva e, in più, stabilire il bilancio delle spese per poi chiedere il fondo pubblico non è semplice. Non tutte le aziende, infatti, sono dotate di figure che ne se prendano cura e di conseguenza, tante volte le PMI sono costrette ad affidarsi a figure professionali specializzate, come commercialisti o consulenti esterni. Questa procedura è allora un costo aggiunto che non tutte le imprenditrici possono affrontare. Infine, il bando era da considerarsi come una procedura valutativa, non automatica. Ciò vuol dire che scegliere di iscriversi al bando non significa accedere immediatamente ai fondi regionali ma che, dopo l'iscrizione, LazioInnova si avvalrà di un medio-lungo periodo per stilare la graduatoria. Quindi potrebbero passare dei mesi in attesa della conferma del finanziamento.

Insomma, una mossa importante questa del bando diretto al PMI femminili, ma sicuramente le aziende vincitrici risulteranno al massimo 30 o 60 su tutto il territorio regionale.

Un'ottima opportunità di rilancio, quindi, ma riservata solo a chi in sintesi poteva permetterselo.



Layla Perroni

Laureata in Storia Europea all'Università di Roma Tre, ha frequentato un Master in Giornalismo multimediale politico-economico al Sole 24ore Business School, a cui è seguito un tirocinio presso la redazione di Vatican News - RadioVaticana. La sua breve ma intensa storia professionale unisce skills della comunicazione digitale e dell'insegnamento. Il suo motto infatti è: la conoscenza è potere!

I NEGOZI TRADIZIONALI HANNO ANCORA UN RUOLO ATTIVO
NEL MERCATO?

IL NEGOZIO FISICO NON È MORTO: COME COMPETERE CON L'E-COMMERCE

L'avanzata degli acquisti online ha trasformato le abitudini dei consumatori, ma i punti vendita continuano a svolgere un ruolo centrale.

La sfida è integrare esperienza, tecnologia e servizi per offrire un valore aggiunto che il digitale, da solo, non può garantire

Per anni si è parlato della progressiva scomparsa dei negozi fisici, destinati, secondo molte previsioni, a essere sostituiti dalle piattaforme di vendita online. La realtà racconta una storia diversa. Nonostante l'e-commerce abbia conquistato quote sempre più rilevanti di mercato, il punto vendita continua a rappresentare un luogo fondamentale di relazione, consulenza e fiducia tra impresa e consumatore.

Negli ultimi anni il comportamento dei clienti è profondamente cambiato. Prima di acquistare un prodotto è ormai abituale confrontare prezzi, leggere recensioni, cercare informazioni sul web e verificare la disponibilità dell'articolo. Allo stesso tempo, molti consumatori desiderano vedere il prodotto dal vivo, provarlo e avere la certezza di un'assistenza immediata. È proprio in questo equilibrio tra esperienza fisica e strumenti digitali che si gioca la competitività del commercio moderno.

Il negozio tradizionale dispone di un vantaggio difficilmente replicabile online: il contatto umano. Un commerciante preparato, capace di ascoltare le esigenze del cliente e proporre la soluzione più adatta, crea un rapporto di fiducia che spesso si traduce in fidelizzazione. In molti settori, dall'abbigliamento all'arredamento, la consulenza personalizzata rappresenta ancora un elemento determinante nella scelta d'acquisto.

Ciò non significa ignorare la trasformazione digitale. Al



© Immagine di www.magnific.com

contrario, il negozio del futuro è sempre più “phygital”, cioè capace di integrare il mondo fisico con quello digitale. Prenotazioni online, ritiro in negozio, pagamenti digitali, programmi fedeltà gestiti tramite app, comunicazione sui social network e assistenza attraverso servizi di messaggistica sono strumenti ormai accessibili anche alle piccole attività commerciali e contribuiscono a migliorare l'esperienza del cliente.

Un altro fattore decisivo è la valorizzazione dell'esperienza d'acquisto. Il consumatore contemporaneo non cerca soltanto un prodotto, ma un ambiente accogliente, un servizio efficiente e un momento piacevole. Curare l'allestimento degli spazi, organizzare eventi, presen-



tazioni o dimostrazioni, offrire servizi aggiuntivi e costruire una relazione autentica con il territorio significa differenziarsi rispetto alla semplice vendita online.

Anche la velocità rappresenta un elemento competitivo. La disponibilità immediata della merce, la possibilità di risolvere rapidamente eventuali problemi e l'assistenza post-vendita costituiscono punti di forza che molti clienti continuano a considerare essenziali. In questo senso il negozio fisico può trasformare la prossimità in un vantaggio concreto, soprattutto nei centri urbani e nei quartieri dove il rapporto personale mantiene un valore significativo.

La raccolta e l'analisi dei dati, un tempo prerogativa delle grandi piattaforme digitali, sono oggi alla portata anche delle piccole imprese. Attraverso software gestionali, programmi fedeltà e strumenti di analisi delle vendite è possibile comprendere meglio le preferenze dei clienti, pianificare gli assortimenti e personalizzare le offerte commerciali. L'uso responsabile di queste informazioni permette di migliorare il servizio e di costruire relazioni più durature.

Naturalmente permangono alcune criticità. L'aumento dei costi di gestione, la concorrenza dei grandi marketplace e le mutate aspettative dei consumatori richiedono continui investimenti in formazione, innovazione e comunicazione. Tuttavia, proprio la capacità di adattarsi ai cambiamenti rappresenta uno dei principali punti di forza delle piccole attività commerciali, spesso più flessibili rispetto alle grandi catene.

Il futuro del commercio non sarà una contrapposizione

tra negozio fisico ed e-commerce, ma una loro integrazione. Le imprese che sapranno combinare professionalità, competenze digitali, qualità del servizio e conoscenza del territorio avranno maggiori possibilità di distinguersi in un mercato sempre più competitivo. Il punto vendita continuerà così a essere non solo un luogo di acquisto, ma uno spazio di relazione, consulenza e fiducia, capace di creare valore sia per le imprese sia per i consumatori.



Claudia Addeo

Classe 2004, nata a Napoli. Frequenta il corso di laurea triennale in Scienze Politiche e Relazioni Internazionali. Nutre un forte interesse per l'attualità, la politica, la cultura e il sociale, che si trasformano in grande ambizione nell'ambito giornalistico, con forte partecipazione sia in sede universitaria che fuori.

DIGITALIZZAZIONE, ACCORDI COMMERCIALI E MERCATI EMERGENTI.
UN'OCCASIONE PER LE PMI?

VENDERE ALL'ESTERO NEL 2026, LE NUOVE OPPORTUNITÀ PER LE PMI ITALIANE

L'export continua a rappresentare uno dei principali motori di crescita del Made in Italy. Per le PMI si aprono nuovi scenari grazie all'innovazione digitale, ai mercati in espansione e agli strumenti di supporto messi a disposizione da istituzioni e organismi dedicati all'internazionalizzazione

Articolo di **Claudia Addeo**

L'export italiano continua a dimostrare una straordinaria capacità di adattamento ai cambiamenti dell'economia mondiale. Nonostante le tensioni geopolitiche, l'aumento dei costi energetici e le trasformazioni delle catene di approvvigionamento, il *Made in Italy* conserva un forte richiamo sui mercati internazionali. Per il 2026 le prospettive appaiono particolarmente interessanti, soprattutto per le piccole e medie imprese che sapranno cogliere le opportunità offerte dall'innovazione tecnologica e dalla crescente domanda di prodotti di qualità.

Se in passato esportare era un percorso riservato principalmente alle grandi aziende, oggi la digitalizzazione ha abbattuto molte barriere di ingresso. Piattaforme di e-commerce internazionale, marketplace specializzati e strumenti di marketing digitale consentono anche alle realtà di dimensioni contenute di raggiungere clienti in ogni parte del mondo con investimenti sostenibili.

Tra i mercati che nel 2026 continueranno a offrire le maggiori prospettive vi sono gli Stati Uniti, che



© Immagine di www.magnific.com

rimangono un partner commerciale strategico per il *Made in Italy*, ma anche Paesi del Sud-Est asiatico, dell'area del Golfo e dell'Africa, dove la crescita della classe media alimenta la domanda di prodotti italiani nei comparti agroalimentare, arredamento, moda, meccanica e tecnologie innovative.

Accanto ai mercati tradizionali, stanno assumendo un ruolo sempre più rilevante le economie emergenti, caratterizzate da una rapida urbanizzazione e da importanti investimenti in infrastrutture e sviluppo



industriale. Per le imprese italiane questo significa poter diversificare i propri sbocchi commerciali, riducendo la dipendenza da un numero limitato di mercati e aumentando la resilienza del proprio business.

Un elemento determinante sarà la sostenibilità. I consumatori internazionali mostrano una crescente attenzione verso prodotti realizzati nel rispetto dell'ambiente, della responsabilità sociale e della trasparenza delle filiere produttive. Le aziende che investono in certificazioni ambientali, economia circolare e processi produttivi sostenibili possono trasformare questi aspetti in un concreto vantaggio competitivo, rafforzando la propria reputazione e il valore del marchio.

Anche l'intelligenza artificiale sta modificando profondamente il modo di affrontare i mercati esteri. Analisi predittive, traduzioni automatiche sempre più accurate, assistenza clienti multilingue e strumenti avanzati per l'analisi dei dati consentono alle PMI di migliorare l'efficacia delle strategie commerciali e di conoscere con maggiore precisione le esigenze dei consumatori nei diversi Paesi.

Naturalmente, internazionalizzarsi richiede una pianificazione accurata. Prima di entrare in un nuovo mercato è indispensabile analizzare la domanda lo-

cale, valutare la normativa vigente, individuare partner affidabili e predisporre una strategia di comunicazione adeguata alle caratteristiche culturali del Paese di destinazione. In questo percorso risultano fondamentali anche gli strumenti di sostegno messi a disposizione da enti pubblici, camere di commercio, associazioni di categoria e organismi dedicati alla promozione dell'export.

Le competenze rappresentano un ulteriore fattore di successo. Investire nella formazione del personale, nella conoscenza delle lingue straniere e nell'utilizzo delle tecnologie digitali permette alle imprese di affrontare con maggiore sicurezza la concorrenza internazionale e di cogliere rapidamente le nuove opportunità di business.

Il 2026 si prospetta quindi come un anno nel quale le PMI italiane potranno consolidare la propria presenza sui mercati esteri facendo leva sui valori che da sempre contraddistinguono il *Made in Italy*: qualità, innovazione, creatività e capacità di adattamento. Le aziende che sapranno integrare questi elementi con una visione strategica, investimenti nell'innovazione e un approccio orientato alla sostenibilità avranno maggiori possibilità di trasformare le sfide del commercio globale in occasioni di crescita duratura.

L'ARTIGIANATO COME MOTORE DEL BRAND ITALIA

PROGETTI SPECIFICI PER FAR TORNARE LE BOTTEGHE ARTIGIANE NEI CENTRI URBANI

zeconomiche del Pil italiano ma anche una delle attrazioni turistiche maggiori. I nuovi progetti messi a punto per riqualificare e valorizzare i centri urbani delle grandi città e dei piccoli borghi puntano all'attrazione di un turismo lento e di qualità

L'artigianato e le piccole medie imprese sono i pilastri portanti dell'economia italiana e l'ossatura centrale per la creazione e per la valorizzazione dell'identità del brand Italia. Il tema è stato al centro del dibattito politico ed economico del Forum in Masseria, a cui hanno partecipato "oltre a figure istituzionali" anche

il presidente designato di Federturismo Massimo Caputi e il presidente di Ita Airways Sandro Pappalardo. Il confronto si è aperto con un focus sulla trasformazione urbanistica e commerciale delle grandi città e sulla necessità di rinforzare i centri storici, una progettualità che spetta in primo luogo ai comuni. In

© Foto di www.copilot.microsoft.com





molte città italiane, come Milano, sono stati avviati progetti per far tornare le botteghe artigiane nei centri urbani. La bottega artigiana non è solo un presidio economico ma un centro di relazioni, di coesione sociale e di sicurezza diffusa contro la percezione di degrado e insicurezza.

L'artigianato e le piccole medie imprese sono anche il motore del turismo italiano. Negli 8.000 comuni italiani c'è almeno un artigiano, rappresentano un punto di riferimento delle comunità, garantiscono e contribuiscono alla continuità dei servizi essenziali.

Durante l'evento è stato citato l'esempio del progetto pilota "Artiturismo" realizzato nel piccolo borgo marchigiano di Ripe San Ginesio. In collaborazione con il Comune e la Regione Marche sono stati insediati 10 laboratori artigiani, dalla moda alla ceramica, dalle calzature alla torrefazione, integrati con b&b e ristorazione. Con questa iniziativa il turista non si limita solo a soggiornare ma acquista un "voucher esperienziale" per diventare apprendista artigiano in bottega. Il viaggiatore ha l'opportunità di toccare con mano ciò che cerca, un'esperienza sostenibile, e di portare con sé il ricordo di un'Italia artigiana.

Durante il confronto è stato affrontato anche il tema della complessità di fare impresa nelle zone montane e nelle aree interne (il 50% del territorio italiano). Attualmente le imprese artigiane attive in zone montuose sono 171.000 e nelle aree interne 241.000. Per evitare la dispersione del patrimonio identitario e per contrastare lo spopolamento dei giovani sono stati

messi a punto interventi decisi per potenziare le infrastrutture fisiche e digitali del Paese.

L'evento si è concluso con la valorizzazione del turismo slow che vede l'artigianato come il motore e la base per l'intera filiera turistica. Sono state anche ricordate le consolidate alleanze strategiche come i protocolli d'intesa operativi siglati con l'Associazione europea delle Vie Francigene per valorizzare i mercati e i prodotti locali lungo i cammini storici. È stata sottolineata anche l'importanza della normativa in vigore dal 7 Aprile contro la pubblicità ingannevole rispetto all'abuso della denominazione di "artigianato" e "artigianale", la norma tutela e protegge il consumatore e le imprese iscritte all'albo.

L'Italia è il secondo Paese manifatturiero d'Europa, leader globale nel design, nella moda e nella meccanica, la legge annuale delle PMI ha introdotto incentivi importanti per la creazione di consorzi, reti a soggetto e reti informali per razionalizzare i costi strutturali e competere sui mercati globali.

Cila sostiene l'importanza, da parte delle Istituzioni, di continuare a difendere e sostenere i piccoli borghi, le piccole imprese e l'artigianato diffuso in quanto presidi economici e sociali che esprimono una radicata cultura dell'accoglienza che rende l'Italia unica al mondo.



Carmen Ostuni

Carmen, classe 1992, laureata in Comunicazione Pubblica e d'Impresa all'Università La Sapienza di Roma. Ho conseguito un Master in Web Marketing, Social Media e Graphic Design e svolto uno stage presso un'azienda locale come Content editor occupandomi della scrittura dei testi per il sito web e per i social media aziendali. Attualmente lavoro per un'agenzia di comunicazione e marketing nel settore B2C e collaboro come articolista per un magazine online.

L'IMPATTO DELLE NUOVE NORMATIVE EUROPEE
SULLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE

IL GREEN COME RISORSA PER IL RILANCIO INDUSTRIALE EUROPEO. IL CLEAN INDUSTRIAL DEAL E L'INDUSTRIAL ACCELERATION ACT

*Le nuove politiche europee guardano all'ambiente come leva
per stimolare le imprese europee e (soprattutto) quelle italiane*

Il Clean Industrial Deal (CID), entrato in vigore nel 2025, rappresenta un grande cambio di rotta dell'UE in materia di ambiente e industria sostenibile. L'obiettivo del CID è di azzerare le emissioni garantendo, al contempo, energia a basso costo e semplificazioni per le piccole imprese, con un investimento da parte della Banca Europea degli Investimenti (BEI) pari a 500 milioni di euro. Tali fondi sono il risultato di una prima intesa tra la Commissione europea e la BEI, con l'obiettivo – nel lungo termine – di creare una vera e propria “Banca per la decarbonizzazione” con incentivi volti interamente alla gestione dell'ambiente.

Se il Clean Industrial Deal vuole garantire alle imprese sia una stabilità energetica che l'acquisto di energia green, dall'altra parte l'Industrial Acceleration Act (IIA), la cui prima proposta è stata presentata nel marzo del 2026, ha obiettivi ben più ambiziosi: rilanciare il settore manifatturiero europeo stimolando il



© Foto di www.pexels.com

“Made in Europe” e riportando la produzione industriale al 20% del PIL europeo (attualmente è al 14% circa). A tal fine la nuova normativa europea unisce strumenti di riduzione normativa (semplificando l'accesso alle risorse europee) con dei reali obblighi per gli Stati di acquistare e utilizzare prodotti realizzati da imprese europee, a patto che questi siano realizzati con



basso impatto ambientale. Infatti, per gli appalti pubblici dei singoli Stati (che rappresentano il 15% del PIL europeo) si impone, entro il 2029, l'utilizzo di materiali sostenibili, stabilendo – per il momento – delle soglie obbligatorie di utilizzo dell'acciaio e cemento.

L'IIA tutela anche il mercato europeo, evitando che le piccole e medie imprese europee possano essere danneggiate dalla competizione con aziende extraeuropee: si limitano, infatti, i Foreign Direct Investments (FDIs), ossia gli investimenti da parte di paesi extraeuropei, laddove l'azienda che decida di inserirsi nel mercato europeo (acquistando/investendo in un'industria UE) costituisca almeno il 40% del settore industriale in questione (proteggendo – dunque – il mercato europeo particolarmente rispetto agli investitori asiatici). In questo caso l'azienda, per poter completare l'investimento, dovrà diffondere il suo know-how (brevetto e competenze tecniche) a tutte le altre imprese europee affinché queste possano competere correttamente con la stessa. Viene posto, inoltre, l'obbligo di assunzione di almeno il 50% dei lavoratori all'interno del territorio di insediamento/investimento dell'impresa.

Si apre così la strada ad una nuova e potente spinta europea verso una piena ripresa economica, con l'obiettivo di rendere le industrie europee competitive e al pari delle industrie (fortemente in crescita) dei paesi asiatici.



Alessandro Sisti

Classe 2005 e laureando al terzo anno in Scienze Politiche, è Capo delle pubblicazioni di una rivista universitaria online. Nutre forte interesse per la res publica e tutte le dinamiche sociali a questa connesse, con uno sguardo rivolto verso l'innovazione e le sfide poste alle nuove generazioni. In questo quadro, il giornalismo rappresenta un'opportunità d'espressione di tali mutazioni.

DIGITALIZZAZIONE ED EFFICIENZA ENERGETICA POSSONO DIVENTARE LEVE DI COMPETITIVITÀ ANCHE PER LE PICCOLE ATTIVITÀ COMMERCIALI

TRANSIZIONE 5.0 ANCHE PER IL COMMERCIO, UN'OPPORTUNITÀ CHE DEVE DIVENTARE ACCESSIBILE

Le semplificazioni introdotte negli ultimi mesi ampliano le possibilità di utilizzo del Piano Transizione 5.0 anche per i negozi e le piccole imprese del commercio. Restano però procedure complesse e adempimenti tecnici che rischiano di limitare l'accesso alle agevolazioni

Dopo l'introduzione del Piano Transizione 5.0 ad opera dell'articolo 38 del decreto-legge 2 marzo 2024, n. 19, e i successivi interventi normativi che ne hanno progressivamente modificato il funzionamento, il sistema degli incentivi destinati alla transizione digitale ed energetica delle imprese sta assumendo una fisionomia più ampia rispetto a quella originariamente prevista. Se nella fase iniziale la misura sembrava rivolta quasi esclusivamente al comparto manifatturiero, le recenti semplificazioni e i chiarimenti intervenuti nel corso del 2026 consentono oggi di guardare con maggiore interesse anche alle potenzialità offerte al settore del commercio.

L'obiettivo del legislatore è quello di sostenere investimenti in grado di coniugare innovazione tecnologica e riduzione dei consumi energetici, favorendo il processo di modernizzazione del sistema produttivo nazionale. Tuttavia, nel corso della prima fase applicativa, numerose imprese e associazioni di categoria hanno evidenziato le difficoltà operative connesse all'accesso al beneficio, sottolineando la complessità delle procedure, il peso delle certificazioni tecniche e

la necessità di un'assistenza specialistica spesso difficile da sostenere per le realtà di minori dimensioni.

Le modifiche introdotte hanno confermato la possibilità di agevolare investimenti che rivestono un interesse concreto per il settore commerciale. Software gestionali, sistemi di monitoraggio dei consumi energetici, strumenti digitali per la gestione dei punti vendita, attività di formazione del personale e impianti destinati all'autoproduzione di energia possono infatti concorrere al raggiungimento degli obiettivi di efficienza richiesti dalla normativa, purché inseriti all'interno di progetti capaci di dimostrare una riduzione dei consumi energetici.

Per il commercio si tratta di un cambiamento significativo. Per molti anni le politiche di incentivazione della transizione tecnologica sono state percepite come strumenti destinati prevalentemente alle imprese industriali, mentre il mondo dei negozi e delle attività di vicinato è rimasto sostanzialmente ai margini. Eppure, proprio il commercio si confronta quotidianamente con costi energetici elevati, esigenze di

digitalizzazione e necessità di migliorare l'efficienza organizzativa.

La sostituzione degli impianti di illuminazione con sistemi a basso consumo, il rinnovo delle apparecchiature di refrigerazione, l'introduzione di casse intelligenti e di software gestionali integrati, l'adozione di sistemi di controllo e monitoraggio dei consumi rappresentano investimenti che possono incidere concretamente sulla competitività delle imprese commerciali. Analogamente, la formazione del personale assume un ruolo sempre più importante affinché l'innovazione tecnologica possa tradursi in un reale miglioramento dei processi aziendali.

Anche la possibilità di investire nell'autoproduzione di energia attraverso impianti fotovoltaici o altre soluzioni energetiche può offrire nuove prospettive alle attività commerciali che dispongono di spazi adeguati. In un contesto caratterizzato da costi energetici ancora elevati e da margini spesso ridotti, la diminuzione delle spese di gestione costituisce un elemento di particolare interesse.

Permangono tuttavia alcune criticità che continuano a limitare la piena fruibilità della misura da parte delle micro e piccole imprese. Il sistema delle certificazioni richieste, la necessità di dimostrare il conseguimento degli obiettivi energetici e il rapporto con il Gestore dei Servizi Energetici rappresentano adempimenti che richiedono competenze tecniche non sempre presenti all'interno delle aziende.

A ciò si aggiungono i costi delle consulenze specialistiche e delle attività professionali necessarie per predisporre la documentazione richiesta. Se per le imprese di maggiori dimensioni tali oneri possono essere assorbiti con maggiore facilità, per le piccole attività commerciali essi rischiano di incidere in maniera significativa sul costo complessivo degli investimenti, riducendo l'effettiva convenienza dell'agevolazione.

Esiste pertanto il rischio che gli incentivi siano utilizzati prevalentemente dalle imprese già strutturate e dotate di adeguate competenze tecniche, mentre le realtà più piccole, che costituiscono la parte più ampia del tessuto commerciale italiano, continuano a incontrare difficoltà nell'accesso alle misure di sostegno.

Per CILA gli incentivi rappresentano un'opportunità concreta soltanto se accompagnati da procedure re-



almente accessibili alle micro e piccole imprese. La transizione digitale ed energetica non può trasformarsi in un percorso riservato alle aziende che dispongono già di strutture tecniche e consulenziali adeguate. L'innovazione deve poter raggiungere anche i negozi di prossimità, le piccole attività commerciali e tutte quelle realtà che ogni giorno contribuiscono alla vitalità economica e sociale dei territori.



Silvia Parente

Laureata in Scienze Internazionali e Diplomatiche con lode presso l'Università di Siena. Si occupa di analisi delle politiche europee, diritti umani e relazioni internazionali, con particolare attenzione ai temi delle migrazioni e della tutela dei diritti fondamentali. Ha esperienza in ambito universitario, editoriale e formativo e lavora come insegnante di lingua inglese.

MIELE, QUANDO IL PREZZO NASCONDE L'INGANNO

APICOLTURA, CONCORRENZA SLEALE E TUTELA DEL CONSUMATORE. IL MERCATO DEL MIELE TRA IMPORTAZIONI E FRODI

L'arrivo di prodotti esteri a basso costo e i casi di adulterazione mettono sotto pressione gli apicoltori italiani. Tra controlli, trasparenza e nuove tecnologie, la sfida è difendere una delle eccellenze dell'agricoltura nazionale senza penalizzare il mercato

Il miele italiano è da sempre sinonimo di qualità, biodiversità e legame con il territorio. Dietro ogni vasetto si nasconde il lavoro di migliaia di apicoltori che, oltre a produrre un alimento apprezzato dai consumatori, svolgono un ruolo essenziale per l'impollinazione delle colture e la tutela degli ecosistemi.

Eppure questo comparto sta attraversando una fase complessa.

Ai problemi causati dai cambiamenti climatici, dalla diffusione di nuovi parassiti e dall'aumento dei costi di produzione si aggiunge una concorrenza sempre più difficile da sostenere: quella del miele importato a prezzi estremamente bassi, non sempre conforme agli standard qualitativi dichiarati.

Negli ultimi anni le autorità italiane hanno intensificato i controlli lungo tutta la filiera, individuando partite di miele adulterato o etichettato in modo ingannevole.

Le sofisticazioni possono avvenire attraverso l'aggiunta di sciroppi zuccherini di diversa origine op-

pure mediante pratiche che alterano la composizione naturale del prodotto, rendendo molto difficile distinguerlo da quello autentico con le sole analisi tradizionali.

L'evoluzione delle tecniche di contraffazione impone quindi strumenti di controllo sempre più avanzati e una collaborazione costante tra laboratori, autorità sanitarie e forze dell'ordine. Il fenomeno riguarda soprattutto il miele proveniente da Paesi extraeuropei, dove i costi di produzione sono sensibilmente inferiori e i sistemi di controllo possono risultare meno rigorosi rispetto a quelli europei.

È bene precisare, tuttavia, che non tutto il miele estero è necessariamente di qualità inferiore o contraffatto. Esistono produttori seri e filiere certificate anche fuori dall'Italia, così come le importazioni rappresentano un elemento importante per garantire la disponibilità del prodotto sul mercato quando la produzione nazionale risulta insufficiente.

Generalizzare sarebbe quindi un errore.



MIELE

QUALITÀ DA DIFENDERE, TRASPARENZA DA GARANTIRE

Il mercato del miele è sotto pressione tra concorrenza sleale, importazioni a basso costo e rischi di contraffazione. Ecco i numeri, i pro e i contro e cosa si può fare.

IL MERCATO DEL MIELE IN ITALIA



Oltre 60.000 apicoltori



1,6 milioni di alveari



Produzione media annua 20-25 mila tonnellate



Circa il 70% del miele consumato in Italia è di importazione

Fonte: ISMEA - dati 2023

DA DOVE ARRIVA IL MIELE IMPORTATO



Principali Paesi di origine:

- Cina
- Ucraina
- Argentina
- Messico
- Vietnam



IL PROBLEMA



Prezzi molto bassi che non coprono i costi di produzione degli apicoltori italiani



Rischio di adulterazioni con aggiunta di sciroppi zuccherini o miscele non dichiarate



Etichette poco trasparenti che non indicano chiaramente l'origine del prodotto



Concorrenza sleale che penalizza le aziende e inganna i consumatori

I PRO



Il miele è un alimento naturale, ricco di proprietà benefiche



Gli apicoltori italiani garantiscono qualità, tracciabilità e rispetto dell'ambiente



L'apicoltura sostiene la biodiversità e l'impollinazione delle colture



Il miele italiano è una eccellenza agroalimentare del nostro Paese



I CONTRO



Importazioni a basso costo mettono in crisi il reddito degli apicoltori



Frodi e contraffazioni danneggiano i consumatori e il mercato



Disparità di regole e controlli tra Paesi UE ed extra-UE



Rischio di perdita di fiducia nel prodotto miele

I CONTROLLI IN ITALIA



Il MASAF e l'ICQRF effettuano controlli su tutta la filiera



Analisi avanzate per individuare adulterazioni e miscele fraudolente



Collaborazione con Guardia di Finanza e autorità doganali

COSA PUÒ FARE IL CONSUMATORE



Leggere sempre l'etichetta: verificare l'origine del miele



Diffidare dei prezzi troppo bassi: la qualità ha un costo



Scegliere miele italiano e locale: sostiene l'economia del territorio



Acquistare da apicoltori e rivenditori di fiducia che garantiscono trasparenza



Valorizzare la qualità, proteggere le api, tutelare il futuro di tutti



© Foto creata con www.chatgpt.com

© Foto creata con www.chatgpt.com



Il vero problema nasce quando il prezzo diventa l'unico criterio di scelta.

Un miele venduto a pochi euro al chilogrammo difficilmente riesce a coprire i costi di una produzione rispettosa degli standard qualitativi e ambientali richiesti agli apicoltori italiani.

La conseguenza è una compressione dei margini economici delle aziende agricole, che faticano a valorizzare il proprio lavoro e a competere con prodotti molto meno costosi.

A pagarne il prezzo non sono soltanto gli apicoltori, ma anche i consumatori, che rischiano di acquistare un alimento diverso da quello che credono di portare in tavola.

Per questo motivo cresce l'attenzione verso etichette più trasparenti, controlli più severi e tecnologie innovative capaci di certificare l'origine e l'autenticità del miele.

Anche il consumatore può fare la propria parte, privilegiando prodotti chiaramente identificabili per provenienza e filiera, senza lasciarsi guidare esclusivamente dal prezzo.

Difendere il miele italiano non significa chiudere il mercato alle importazioni, ma garantire regole

uguali per tutti, concorrenza leale e massima trasparenza.

Solo così sarà possibile tutelare il reddito degli apicoltori, preservare un patrimonio produttivo di grande valore e rafforzare la fiducia dei cittadini in un alimento che rappresenta una delle espressioni più autentiche dell'agricoltura italiana.



Alessio Celletti

Classe 1989. Laureato in Beni Culturali, consegue poi la qualifica professionale in Redazione editoriale. Dopo aver lavorato come Addetto ufficio stampa presso una casa editrice romana, ha curato e gestito la comunicazione di diverse aziende. Attualmente collabora come copywriter con un'agenzia di comunicazione.



CILA

Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani

www.cilanazionale.org

SERVIZI PER LE IMPRESE

Consulenza

Notarile - Legale - Fiscale - del Lavoro e Finanziaria

Contabilità

Elaborazione buste paga

Dichiarazione dei Redditi

ISA ☐ IRAP

Pratiche INPS - INAIL - CCIAA - SUAP

SERVIZI PER IL CITTADINO

- Modello 730
- Redditi persone fisiche
- IMU ☐ ISEE
- Reddito di Cittadinanza
- Assegno unico ☐ Carta acquisti
- Bonus ☐ RED-ICLAV-ICRIC
- Gestione contratti Colf-Badante
- Buste paga ☐ Invalidità
- Registrazione Contratti in Locazione
- Pensione ☐ Legge 104
- Disoccupazione "NASPI"
- Maternità - Congedo parentale
- Successioni - Donazioni
- Pratiche Rilascio-Rinnovo permesso di soggiorno e ex Carta di soggiorno
- Pratiche di cittadinanza
- Ricongiungimento familiare
- Sanatoria ☐ Flussi
- Domanda Casa popolare
- Borse di Studio
- Iscrizione Scuola
- Domanda agevolazione mensa

Via Sant'Agata de' Goti, 4 - 00184 Roma
Tel. 0669923330 - 066797812 - Fax 066797661

SICUREZZA SUL LAVORO

FORMAZIONE OBBLIGATORIA, NUOVE REGOLE PER L'AGRICOLTURA: COSA CAMBIA DAL 2026

L'Accordo Stato-Regioni introduce percorsi formativi più rigorosi per lavoratori, preposti e datori di lavoro. Un investimento sulla prevenzione che comporta però nuovi adempimenti organizzativi per le aziende agricole

Articolo di **Alessio Celletti**

Dal 2026 la formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro entra in una nuova fase anche per il comparto agricolo. L'Accordo Stato-Regioni del 17 aprile 2025, entrato in vigore il 26 maggio scorso, ridefinisce infatti contenuti, durata e modalità dei percorsi formativi previsti dal Testo Unico sulla sicurezza, introducendo un sistema più uniforme e stringente.

L'obiettivo è quello di rafforzare la cultura della prevenzione in un settore che continua a registrare un elevato numero di infortuni, spesso legati all'utilizzo di macchine agricole, alla movimentazione dei carichi, al lavoro in quota e alle attività stagionali.

Le nuove disposizioni interessano lavoratori, preposti, dirigenti e, soprattutto, i datori di lavoro che intendono svolgere direttamente i compiti del Servizio di prevenzione e protezione. Per questi ultimi vengono definiti percorsi formativi aggiornati, con programmi omogenei su tutto il territorio nazionale e specifici obblighi di aggiornamento periodico.

Particolare attenzione viene inoltre riservata alla formazione degli operatori che utilizzano attrezzature di lavoro, per i quali vengono confermati o introdotti percorsi abilitanti dedicati, con verifica dell'apprendimento e maggiore attenzione agli aspetti pratici.

Per il settore agricolo, caratterizzato da una forte presenza di lavoratori stagionali e da frequenti esigenze di reperimento rapido della manodopera, il nuovo quadro normativo rappresenta una sfida organizzativa non trascurabile.

Le imprese dovranno infatti programmare per tempo i corsi, verificare il possesso degli attestati e organizzare gli aggiornamenti, evitando il rischio di impiegare personale privo della formazione richiesta.

Sul fronte dei vantaggi, l'uniformità delle regole dovrebbe contribuire a ridurre le interpretazioni difformi finora riscontrate tra i diversi territori, garantendo maggiore certezza normativa.

Una formazione più qualificata può inoltre tradursi in una riduzione degli infortuni, in una migliore gestione dei rischi aziendali e in una maggiore consapevolezza da parte di lavoratori e datori di lavoro.

Investire nella prevenzione significa anche limitare i costi economici e sociali derivanti dagli incidenti sul lavoro, che per un'azienda agricola possono avere conseguenze molto pesanti sia sul piano produttivo sia su quello delle responsabilità. Non mancano tuttavia gli aspetti critici. L'aumento degli obblighi formativi comporterà inevitabilmente maggiori costi, sia diretti, legati all'organizzazione dei corsi, sia indiretti, dovuti alle ore di lavoro dedicate alla formazione.

Le difficoltà rischiano di accentuarsi nelle aziende di piccole dimensioni e in quelle che fanno largo ricorso a lavoratori stagionali, dove i tempi ristretti delle campagne agricole spesso si scontrano con gli adempimenti amministrativi.

Per questo sarà fondamentale programmare con anticipo la formazione, avvalendosi di enti qualificati e delle strutture di assistenza messe a disposizione dalle organizzazioni di rappresentanza. La sicurezza non può essere considerata un semplice obbligo burocratico, ma rappresenta un investimento sulla qualità del lavoro e sulla competitività delle imprese.

Le nuove regole richiederanno uno sforzo organizzativo, ma offrono anche l'opportunità di consolidare una cultura della prevenzione sempre più necessaria in un comparto strategico come quello agricolo.

FORMAZIONE OBBLIGATORIA in agricoltura

COSA CAMBIA DAL 2026

Dal 26 maggio 2025 è in vigore l'Accordo Stato-Regioni del 17 aprile 2025 che ridefinisce i percorsi formativi in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Le nuove disposizioni si applicheranno pienamente dal 2026.



A CHI SI APPLICA



LAVORATORI



PREPOSTI



DIRIGENTI



DATORI DI LAVORO
che svolgono direttamente i
compiti del SPP

LE PRINCIPALI NOVITÀ



Percorsi formativi più uniformi
su tutto il territorio nazionale



Durata minima dei corsi rivista
e aggiornata per ciascun ruolo



Aggiornamento periodico
obbligatorio con frequenza definita



Verifica dell'apprendimento
e rilascio dell'attestato



Formazione specifica e abilitante
per l'uso di attrezzature di lavoro
con maggior focus sugli aspetti pratici

PRO E CONTRO



I VANTAGGI

- Maggiore tutela della salute e riduzione degli infortuni
- Regole uniformi e più chiarezza normativa
- Lavoratori più consapevoli e preparati
- Migliore gestione dei rischi in azienda
- Riduzione dei costi legati a incidenti e fermo attività



LE CRITICITÀ

- Aumento dei costi per l'organizzazione dei corsi e per il tempo dedicato alla formazione
- Difficoltà per le aziende di piccole dimensioni
- Gestione complessa dei lavoratori stagionali e dei tempi delle campagne
- Rischio sanzioni in caso di inadempienza

COSA DEVONO FARE LE AZIENDE



Pianificare per tempo
i corsi di formazione
per tutti i soggetti
coinvolti



Verificare il possesso
degli attestati e la
scadenza degli
aggiornamenti



Scegliere enti di
formazione qualificati
e percorsi conformi
alla normativa



Integrare la formazione
nel sistema di gestione
della sicurezza
aziendale



Coinvolgere e informare
tutti i lavoratori,
compresi i stagionali



LA SICUREZZA È UN INVESTIMENTO

Formare oggi significa proteggere le persone, valorizzare il lavoro
e rendere la tua azienda più competitiva e sostenibile nel tempo.



A CARMAGNOLA L'UNIVERSITÀ DI TORINO INAUGURA UN CENTRO DI RICERCA APPLICATA SULL'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

LIGHTHOUSE AGRITECH, UN LABORATORIO PER IL FUTURO AGRICOLO

Più di uno spazio accademico: una sola infrastruttura in cui convivono agronomia, zootecnia, entomologia, acquacoltura, carbon farming, economia circolare e tecnologie digitali applicate all'agricoltura

Campi monitorati da sistemi automatici, celle per insetti invasivi, impianti che trasformano scarti agroalimentari in farine proteiche, vasche per l'allevamento sperimentale di trote. E poi trattori elettrici e a idrogeno, droni multispettrali, sensori per misurare in tempo reale le emissioni dal suolo agricolo. Il 22 maggio, all'interno del Centro Sperimentale di Agro-zootecnia di Carmagnola, in Strada Torino 620, il Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari dell'Università di Torino ha inaugurato il "Lighthouse Agritech", un centro di ricerca per l'agricoltura del futuro. Il progetto rientra nel Living Lab "Agricoltura Sostenibile e Innovazione", sviluppato nell'ambito dello Spoke 6 del programma nazionale Agritech, finanziato attraverso il PNRR. Ma la struttura di Carmagnola è qualcosa di più di un semplice presidio accademico. Il modello scelto è quello del Living Lab: un ambiente

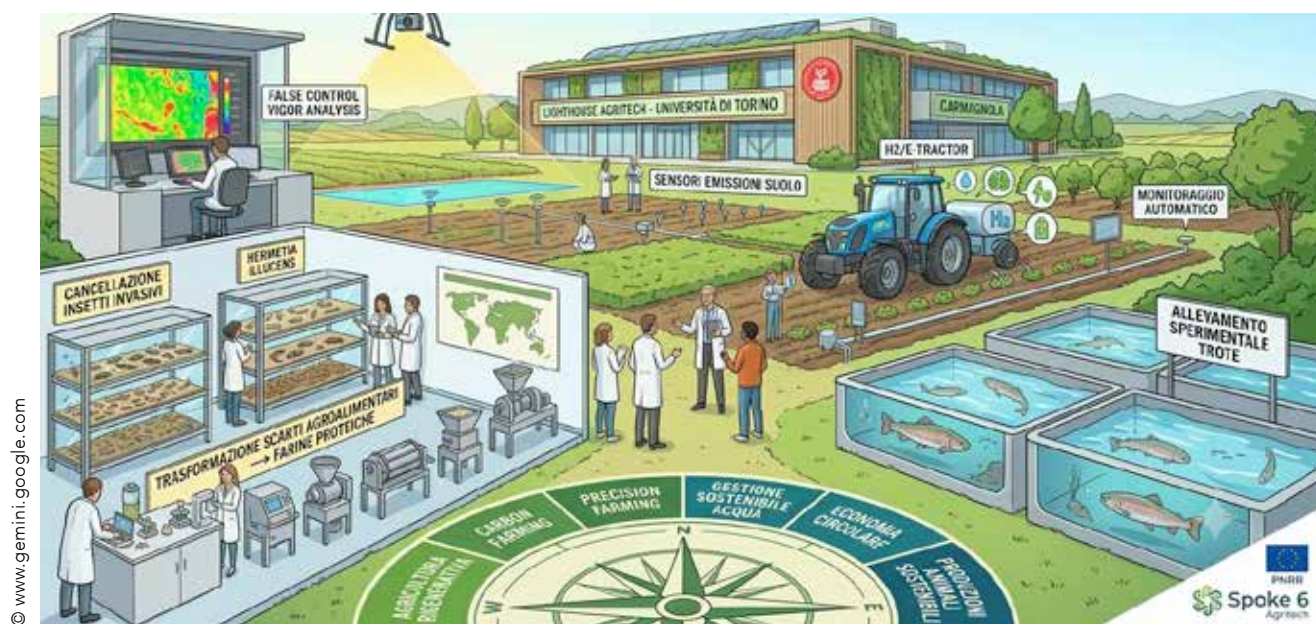
operativo aperto a ricercatori, aziende, allevatori, tecnici e stakeholder territoriali, dove i risultati devono essere trasferibili direttamente nelle filiere produttive. Il progetto si articola attorno a sei assi strategici: agricoltura rigenerativa, carbon farming, tecnologie digitali e precision farming, gestione sostenibile di acqua e nutrienti, economia circolare e produzioni animali sostenibili. L'obiettivo dichiarato è costruire modelli agricoli resilienti, misurabili e replicabili — non in astratto, ma nelle condizioni operative delle aziende agricole reali.

Gran parte delle attività si sviluppa direttamente in campo. Le parcelle sperimentali ospitano prove su cerealicoltura, sistemi foraggeri, gestione delle infestanti e agricoltura conservativa. I ricercatori stanno integrando dati satellitari, sensoristica di campo, droni e macchine di nuova generazione, collegandoli a sistemi di remote sensing per distribuire input agricoli in modo mirato e ridurre sprechi idrici, fertilizzanti e costi produttivi.

Sul fronte droni, il centro sperimenta sistemi di telerilevamento con sensori multispettrali capaci di mappare le variazioni di vigore vegetativo all'interno di una singola parcella.

Uno degli ambiti più avanzati del centro riguarda l'allevamento





vamento di insetti per la valorizzazione degli scarti agroalimentari. L'attività si concentra su due specie: *Hermetia illucens*, la mosca soldato nera, e *Tenebrio molitor*, il verme della farina. Il principio è quello della bio-conversione: sottoprodotti agroalimentari e residui vegetali vengono trasformati dagli insetti in biomassa ad alto valore nutrizionale, poi lavorata per produrre farine proteiche e oli destinati alla mangimistica.

Quello che rende il reparto entomologico di Carmagnola quasi unico nel panorama universitario europeo è il fatto che sotto lo stesso tetto sia coperta l'intera filiera: formulazione dei substrati, allevamento massale, trasformazione industriale, produzione di mangimi sperimentali e prove nutrizionali sugli animali. Il centro dispone di presse per separare la componente lipidica da quella proteica, sistemi di macinazione a granulometria variabile e un mangimificio sperimentale completo di silos, mulini, miscelatori, pellettatrici ed estrusori. Non è una biofactory industriale — le produzioni sono sperimentali — ma è una delle strutture universitarie più complete d'Europa per la ricerca applicata lungo tutta la filiera degli insetti.

A pochi metri dalle celle degli insetti si trova l'impianto di acquacoltura, tra i più attrezzati in Italia per la ricerca sulla nutrizione dei pesci d'acqua dolce. La temperatura controllata dell'acqua garantisce un ritmo di crescita uniforme alle trote allevate, eliminando il rallentamento stagionale tipico degli allevamenti in corsi d'acqua naturali.

Tra le strutture più innovative figurano le nuove celle di contenimento per insetti esotici invasivi, finanziate con fondi PNRR e costruite in conformità con il regolamento europeo 2031/2016: una a basso rischio per

specie già presenti sul territorio, una ad alto rischio per specie non ancora presenti in Italia.

Il Lighthouse Agritech di Carmagnola non punta ai grandi volumi. Le produzioni sono sperimentali, costruite per generare dati affidabili, replicabili e trasferibili. È questa la funzione strategica della struttura: testare tecnologie, misurare risultati, validare modelli prima che arrivino nelle aziende agricole.

Agritech si candida a diventare uno dei principali laboratori europei di ricerca applicata per l'agricoltura sostenibile.



Sara Borraccino

Nata a Taranto sul finire degli anni '80, ha trascorso la sua infanzia in un piccolo appartamento vista *Ilva*. Tuttavia, è Roma la città che la conosce meglio. Qui, tra batti e ribatti, ci vive da quindici anni. Formata in lingue e giornalismo, ha collaborato come responsabile dei contenuti digitali per alcuni Senatori della Repubblica. Ora, è consulente comunicazione per aziende e organizzazioni culturali. Scrive perché è il suo modo di sentirsi compiuta. Tratti caratteriali ancora in fase di definizione.

APPROVATO IN COMMISSIONE ALLA CAMERA IL DISEGNO DI LEGGE
A SOSTEGNO DELL'AGRICOLTURA PER IL TRIENNIO 2027-2029

DDL COLTIVAITALIA, OLTRE 1 MILIARDO PER L'AGRICOLTURA

900 milioni per la Sovranità alimentare, 150 milioni per il ricambio generazionale e la nomina di un commissario per il contrasto alla Xylella

Articolo di **Sara Borraccino**

“Avevamo promesso di riportare l'agricoltura al centro della politica nazionale e lo stiamo facendo”: è quanto dichiarato in una nota dal ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida, dopo l'approvazione il 17 luglio del disegno di legge “Coltivaitalia”, in commissione Agricoltura alla Camera.

Si tratta di un vero e proprio piano strategico per il triennio 2027-2029 che mette in campo oltre un miliardo di euro per sostenere innovazione e competitività per il settore primario.

A concentrare la maggior parte delle risorse è la “Strategia per la Sovranità alimentare”, alla quale nel ddl sono assegnati circa 900 milioni di euro, equamente destinati a:

- rafforzare le produzioni considerate particolarmente strategiche, come frumento, soia e altri settori strategici, ma deficitari
- l'allevamento italiano, con l'obiettivo di ridurre la dipendenza dalle importazioni e rafforzare la produzione di carne bovina nazionale e la linea vacca-vitello
- il Piano Olivicolo Nazionale: per il reimpianto di oliveti con varietà resistenti e il ripristino della capacità produttiva delle aziende.

Grande rilievo è dato anche al ricambio generazionale e all'imprenditoria giovanile e femminile con 150

milioni di euro a disposizione di imprenditori agricoli tra i 18 e i 41 anni e 8.417 ettari in più a bando Ismea che potranno essere assegnati in comodato d'uso per 10 anni, con la possibilità di riscatto al 50% del valore iniziale al termine del contratto.

I Comuni, inoltre, mapperanno le terre abbandonate o silenti e potranno metterli a disposizione, in concessione o affitto, per ridurre la parcellizzazione fondiaria e restituire i terreni alla coltivazione.

Il disegno di legge istituisce la struttura commissariale per il contrasto alla Xylella. Un istituto con una dotazione di 3 milioni di euro, attivo fino al 2028, che monitorerà l'attività delle autorità locali per il contrasto del batterio, coordinando la ricerca e assumendo provvedimenti di urgenza in caso di necessità.

Anche innovazione e stabilizzazione dei mercati assumono un ruolo centrale all'interno del testo normativo. Con l'obiettivo di mitigare le fluttuazioni di mercato, sono previsti 10 milioni di euro destinati ai contratti di filiera per il frumento, che prevedono un credito d'imposta dal 20% al 40% a seconda della durata degli accordi (da 3 a 5 anni).

In sostegno alla ricerca e l'innovazione sono previsti fondi per oltre 13 milioni di euro: il CREA, assumerà 45 nuove unità di personale dedicate alla ricerca e verranno supportate le aziende agricole sperimentali dell'ente e degli istituti agrari con investimenti in agromeccanica di precisione, intelligenza artificiale, sensoristica all'avanguardia e mecatronica. Per favo-

STRATEGIA PER LA SOVRANITÀ ALIMENTARE (900 MILIONI DI EURO)



rire il processo di digitalizzazione, inoltre, l'AGEA si trasformerà in AGEAIT - Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura, Innovazione e Tecnologia - per valorizzare il patrimonio informativo del SIAN e guidare l'innovazione nel settore agricolo e della pesca.

Il disegno di legge prevede, poi, un pacchetto di interventi che mirano alla semplificazione amministrativa e alla riduzione dei tempi burocratici per agevolare l'accesso ai fondi pubblici. In quest'ottica, le istruttorie dei Centri autorizzati di assistenza agricola (CAA) diventeranno immediatamente esecutive per le pratiche prive di valutazioni discrezionali, garantendo una attuazione più rapida ed efficiente degli interventi.

Infine, per sostenere le imprese colpite da epizootie, ColtivaItalia introduce una misura a favore della sostenibilità economica delle aziende agricole che potranno beneficiare di una moratoria di 12 mesi sulla quota capitale delle rate di mutui e altri finanziamenti a rimborso rateale in scadenza nel 2026, stipulati con banche, intermediari finanziari o altri soggetti autorizzati alla concessione del credito.

Per accedere alla sospensione, sarà sufficiente presentare un'autocertificazione che attesti rispetto all'anno precedente una riduzione del volume d'affari di almeno il 20% o una diminuzione della produzione di almeno il 30%, o - in caso di cooperative agricole - la

riduzione di almeno il 20% delle quantità conferite, o della produzione primaria.

“Il Parlamento ha svolto il lavoro di approfondimento necessario al fine di garantire l'efficacia di un provvedimento che, per importanza, non si vedeva in Italia dalla legge Quadrifoglio del '77” è il commento del Ministero Lollobrigida al disegno di legge. Ora, la discussione del ddl ColtivaItalia è attesa in Aula.



***L'ABF è, e deve rimanere, un importante riferimento a tutela
dei diritti di consumatori e imprese.***

***Presso la C.I.L.A. gli interessati potranno trovare un team
di consulenti specializzati sulle materie finanziarie
che esamineranno tutta la documentazione e, sussistendone
valide ragioni per l'accoglimento, potranno predisporre
e presentare il relativo ricorso all'Arbitro bancario.***

Antonino Gasparo

Presidente Cila



**Artigianato
& Impresa**

Sede centrale:

Via Sant'Agata dei Goti, 4 • 00184 Roma
Tel. 06.69923330 • 06. 6797812 • Fax: 06.6797661

redazionevila@gmail.com • consulenza@cilanazionale.org
comunicazione@cilanazionale.org

www.cilanazionale.org • www.alaroma.it
www.uils.it • www.ispanazionale.org
www.consorziocase.com

 CILA Nazionale  Artigianato&Impresa
 @CILA_Nazionale  Cila Nazionale
 Cila Nazionale