

I 100 ANNI DI CONFAGRICOLTURA

COSÌ VA DECLINATO IL FUTURO DELL'AGRICOLTURA

di Massimiliano Giansanti

Confagricoltura compie cento anni. Un traguardo importante che ci stimola a guardare avanti con orgoglio e determinazione. Siamo convinti che le scelte della nostra organizzazione abbiano contribuito a far diventare l'Italia uno dei Paesi più avanzati e ammirati al mondo.

Oggi, nella sede della Luiss Business School, avviamo il nostro centenario con «Identità e futuro», un confronto ad ampio respiro con la politica, le istituzioni, i nostri stakeholder, l'università. Lo facciamo perché siamo certi che soltanto insieme possiamo guardare avanti con maggiore fiducia, e altrettanto impegno, per migliorare le nostre imprese, la nostra economia, la qualità della nostra vita.

In quanto imprenditori siamo portati a guardare avanti, e in quanto imprenditori agricoli, sappiamo rispettare i tempi della natura programmando il nostro lavoro. Un lavoro che è in forte trasformazione, pur senza perdere la propria identità, al quale si chiedono, giustamente, elevati standard qualitativi e di sostenibilità, nonché capacità di competere sui mercati internazionali.

«Identità e futuro» vuole diventare un laboratorio permanente sull'evoluzione dell'agricoltura e dell'agroalimentare, settori che hanno generato occupazione, reddito, crescita, al punto da essere stati la prima voce dell'economia italiana. Siamo consapevoli di questo primato, ma non riusciamo ancora a esprimere appieno le potenzialità che dovrebbero essere realizzate.

L'agricoltura italiana è in testa in Europa per creazione di valore aggiunto. L'industria manifatturiera è seconda sola alla Germania. Eppure l'economia non cresce e la produttività dei fattori di produzione ristagna da oltre un decennio. Di certo ha pesato il crollo degli investimenti indotto dalla necessità di tenere sotto controllo il debito pubblico. L'analisi va però approfondita e, al riguardo, i dati presentati di recente proprio su «Il Sole 24 Ore» forniscono un'interessante chiave di lettura.

Dal 2017 la crescita dell'economia reale - agricoltura, industria e commercio - ha superato quella che si è registrata in Francia, Germania e Spagna. Siamo ancora attendati, invece, allargando l'analisi all'economia aggregata. Vale a dire, se prendiamo in considerazione l'apporto della pubblica amministrazione. In sostanza, se l'economia italiana è bloccata, i problemi non stanno dietro i cancelli delle imprese.

Occorre guardare altrove, verso strutture amministrative che in molti ambiti sono inefficienti, anche perché poco digitalizzate. I servizi pubblici danno uno scarso apporto in termini di valore aggiunto. La burocrazia continua a frenare, in molti casi, l'iniziativa privata. Le infrastrutture, a partire dai trasporti, sono nel complesso inadeguate.

C'è un diffuso consenso sul fatto che siano questi i nodi da sciogliere per tornare a far crescere l'economia italiana, generare fiducia, creare nuova ricchezza e posti di lavoro per i giovani. Non mancano le analisi, i progetti e neanche le risorse.

Manca la capacità di realizzazione. Un sistema diffuso di buone imprese orientate al cambiamento, aperte all'innovazione, responsabili sul piano sociale e della tutela delle risorse naturali non è purtroppo sufficiente ad assicurare una crescita economica stabile e duratura se non c'è parallelamente un sistema di buon governo in grado di accompagnare e favorire l'impegno degli imprenditori.

Quello che manca da troppo tempo all'Italia è un dialogo strutturato tra imprese e istituzioni per stabilire le priorità e concentrare le risorse su progetti strategici, facendo affidamento su solide competenze. In sintesi, progettare il futuro e realizzarlo ognuno assumendo le proprie responsabilità.

Apriamo pertanto il centenario di Confagricoltura con un dibattito che coinvolge i giovani, l'università, la politica, le istituzioni, gli imprenditori agricoli e i grandi gruppi che trainano l'economia italiana.

Nel nostro Dna c'è l'apertura a dialogare senza pregiudizi sui temi dell'innovazione, della ricerca, del mondo globale. Lo facciamo mantenendo saldi i valori che hanno fatto la nostra storia e costruito la nostra comunità: il lavoro innanzitutto, la coerenza e lo sviluppo, valorizzando al contempo la bellezza che agricoltura e arte sono in grado di generare.

Insieme, con senso di responsabilità, vogliamo dare un significato più profondo al nostro impegno quotidiano e contribuire a un benessere condiviso, per un mondo migliore.

Presidente di Confagricoltura

© RIPRODUZIONE RISERVATA

APPUNTAMENTO A VILLA BLANC

Confagricoltura compie 100 anni. E per l'occasione ha ideato un appuntamento speciale: non solo una celebrazione, ma molto di più. Un evento capace di guardare al futuro e di riflettere sulle grandi sfide che l'agricoltura italiana dovrà affrontare nei prossimi decenni. Due plenarie con istituzioni, stakeholder e giornalisti, e 12 tavoli di lavoro con imprenditori e docenti universitari per approfondire i temi di attualità per il settore agroalimentare italiano. Appuntamento oggi e domani a Villa Blanc a Roma

Mille miliardi di euro: a tanto ammonta l'ondata di investimenti "verdi" che la Commissione europea si è promessa di mobilitare nell'arco di dieci anni con il suo nuovo Piano di investimenti per il Green deal europeo.

Con questo Piano finanziario, il braccio esecutivo dell'Ue cerca di promuovere i finanziamenti pubblici e privati necessari per raggiungere i suoi ambiziosi obiettivi di decarbonizzazione, oltre a fornire sostegno ai territori che dovranno affrontare le grandi sfide socio-economiche derivanti da questa transizione.

Potrà questo Piano funzionare? Ne dubitiamo.

Per raggiungere gli obiettivi del Green deal europeo, da qui al 2030 dovranno essere mobilitati in Europa circa 300 miliardi di euro all'anno di investimenti, in particolare per promuovere azioni quali l'efficiamento energetico degli edifici, le auto elettriche e le energie rinnovabili.

Anche se la Commissione europea riuscisse a mobilitare i suoi mille miliardi di euro, questo rappresenterebbe dunque solo un terzo del fabbisogno di investimenti associati al Green deal europeo.

Bisogna essere chiari: considerate le dimensioni molto limitate del suo bilancio - pari al 2% della somma dei bilanci dei Paesi europei - la Commissione europea non può fare di più. Risulta dunque chiaro che altri debbano essere gli strumenti da utilizzare per promuovere la vera ondata di investimenti necessari a

realizzare il Green deal europeo.

A questo proposito, noi riteniamo che i due strumenti più importanti siano la riforma del Patto di stabilità e la riforma della Banca europea per gli investimenti (Bei).

Il Patto di stabilità dovrebbe essere riformato per permettere ai Paesi europei di scorporare gli investimenti verdi dal calcolo del deficit. In sostanza, le regole fiscali europee dovrebbero essere modificate per dissuadere i Paesi dal tagliare gli investimenti pubblici quando consolidano le loro finanze pubbliche e per garantire che siano in grado di trarre vantaggio dall'attuale situazione di tassi di interesse favorevoli al fine di investire in beni pubblici. Un modo per farlo sarebbe quello di includere una Green golden rule nel quadro fiscale del Vecchio continente per rivedere la clausola degli investimenti nella cornice fiscale europea in modo da renderla più flessibile ed escludere dalle regole fiscali le spese pubbliche sul clima. Naturalmente sono necessarie regole contabili chiare per definire cosa siano o non siano da considerarsi investimenti verdi, anche al fine di evitare ogni rischio di greenwashing. In questo senso, la recente adozione a livello europeo di un quadro di riferimento chiaro e univoco di quali attività possono considerarsi sostenibili - la cosiddetta tassonomia - rappresenta un primo importante passo in questa direzione.

La Bei dovrebbe essere riformata per adattare la sua missione alle sfide ambientali e trasformarla realmente in una Banca europea del clima. La Bei dovrebbe essere messa

DAL PATTO DI STABILITÀ ALLA BEI, IL GREEN DEAL DIPENDE DA BERLINO

di Simone Tagliapietra e Grégory Claeys

nelle condizioni di poter fare di più per finanziare la transizione verde. Il suo volume di nuovi prestiti erogati è diminuito di anno in anno dal 2015, e anche l'importo totale dei prestiti in essere è diminuito. La Bei ha chiaramente un margine di manovra per agire in modo più incisivo: il suo rapporto di capitale è salito negli ultimi anni, mentre la sua leva finanziaria è diminuita dal 2012. Stando alle attuali regole del suo statuto, la Bei potrebbe già oggi concedere prestiti fino a due volte e mezzo il suo livello di capitale sottoscritto, più le riserve e gli utili, il

che significa che il suo portafoglio di prestiti potrebbe raggiungere circa 600 miliardi di euro, rispetto ai circa 450 miliardi di euro attuali.

La Bei beneficia attualmente di tassi molto favorevoli per l'indebitamento sui mercati dei capitali e sarebbe un peccato non sfruttare questa opportunità per finanziare progetti validi che possano contribuire alla lotta contro il cambiamento climatico. Se i Paesi europei temono davvero (seppur indebitamente) il rischio che la Bei perda il proprio rating di tripla A, la Commissione dovrebbe proporre un nuovo aumento di capitale, simile a quello fatto all'inizio del 2013. Solo questa riforma può consentire alle Bei di aumentare la propria potenza di fuoco, divenendo davvero quella Banca europea del clima auspicata dalla Presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen.

La chiave di entrambe queste riforme non va cercata a Bruxelles, ma a Berlino. I politici tedeschi hanno costantemente messo in guardia Bruxelles contro qualsiasi tentativo di allentare le regole fiscali europee anche ai fini di promuovere gli investimenti verdi. I politici tedeschi hanno, altresì, respinto l'idea di aumentare il capitale della Bei al fine di espandere la sua azione nel campo del clima. Tutto questo evidenzia chiaramente quale sia la vera questione politica capace di definire il futuro del Green deal europeo, un pacchetto di misure di respiro continentale, il cui successo dipenderà in ultima istanza da Berlino, e non da Bruxelles.

Follow at Bruegel Institute di Bruxelles

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE MATERIE DELLA SECONDA PROVA SCRITTA



Una maturità multidisciplinare

Il ministro dell'Istruzione Lucia Azzolina ha annunciato ieri che anche quest'anno la seconda prova scritta all'esame di maturità sarà multidisciplinare: greco e latino al liceo classico; matematica e fisica allo scientifico.

Tutti i dettagli su ilssole24ore.com

IL BENESSERE DELLE AZIENDE E QUELLO GLOBALE

di Ornella Barra

Il dibattito sulla responsabilità sociale d'impresa è oggi più vivo che mai. Le imprese stanno diventando sempre più consapevoli di come, assieme ai profitti e alla creazione di valore per gli azionisti, sia necessario contribuire al benessere della società nel suo complesso e mantenere un impegno della massima serietà nei confronti dell'ambiente e di tutti gli stakeholder.

Nel definire i suoi obiettivi di fondo così come nel decidere quali iniziative intraprendere, l'impresa ha il dovere di attingere al suo patrimonio valoriale, quell'insieme di principi morali che definiscono la sua etica e che si manifestano quotidianamente attraverso il lavoro dei suoi collaboratori. Solo creando una cultura comune intorno a questi valori e impegnandosi nel promuoverli, con un coinvolgimento diretto dei vertici che devono dare l'esempio, l'azienda può costruire un serio approccio di sostenibilità.

Le imprese del settore sanitario hanno tra i loro obiettivi principali il miglioramento delle condizioni di salute delle persone. Esse giocano un ruolo fondamentale per il benessere e il progresso della società e, consapevoli dell'impatto che hanno sulla vita delle persone, sono spesso all'av-

guardia nella definizione di modelli di responsabilità sociale, di possibile ispirazione anche per altri settori.

In particolare, il mondo della farmacia ha una vocazione naturale in questo senso. Con la loro presenza capillare sul territorio e la loro competenza accessibile, le farmacie sono un avamposto strategico per coinvolgere i cittadini e diffondere una migliore cultura della salute. In ogni parte del mondo, ci sono esempi di come in farmacia si possano realizzare campagne che permettono al tempo stesso di fare prevenzione tra i cittadini e raccogliere fondi per sostenere la salute dei più deboli.

Unendo le forze con il mondo del no-profit, le farmacie parte di Walgreens Boots Alliance agiscono come un'infrastruttura a sostegno della salute di bambini, madri, giovani in età scolare e persone colpite dai tumori. Un esempio è «Get a Shot. Give a Shot.», progetto in collaborazione con la UN Foundation: per ogni vaccinazione somministrata in una farmacia Walgreens doniamo un vaccino a un bambino bisognoso e dal 2013, siamo arrivati a 50 milioni di vaccini. Insieme a Vitamin Angels, abbiamo fornito vitamine essenziali a oltre 200 milioni di bambini e madri vittime di

malnutrizione, sia nei Paesi a più basso reddito, sia nelle aree più povere di Paesi come gli Stati Uniti.

Contribuire al benessere della collettività è parte della missione aziendale di una realtà globale nell'universo della salute come la nostra. Ogni giorno, questa convinzione ispira il lavoro migliaia di persone, che traducono in azioni concrete i valori fondamentali dell'azienda: fiducia, cura, dedizione, innovazione e partnership.

L'idea di fondo è semplice e altrettanto forte: l'impresa deve crescere in maniera sostenibile e la crescita è sostenibile solo se avviene a beneficio di tutti gli attori. Si cresce assieme, stringendo alleanze, mettendosi intorno a un tavolo con l'imperativo di superare le differenze e trasformare le stesse in dinamiche positive.

La farmacia è anche parte di una filiera in cui occorre promuovere equità e opportunità con interventi mirati e decisivi. Occorre un serio impegno per contrastare i fenomeni di sfruttamento della manodopera, sostenere le politiche di inclusione per le donne, le minoranze e le persone con disabilità - sono questi gli ambiti su cui bisogna agire per innescare un cambiamento positivo a li-

vello sociale ed occupazionale.

Senza dubbio, tutto questo non avrebbe senso se non ci si occupasse della salute dell'ambiente in cui viviamo. La tutela delle risorse naturali deve essere parte integrante degli obiettivi di responsabilità sociale. Contribuire all'abbattimento delle emissioni di CO2, ridurre drasticamente l'impiego della plastica, rivedere l'uso di sostanze chimiche nei prodotti: è sulla base di queste priorità della collettività che un'impresa come deve orientare oggi le strategie di business e politiche di investimento.

Come ripeto spesso, un'azienda non può definirsi davvero grande se non pensa agli altri. È questo il convincimento profondo che penso debba permeare le grandi organizzazioni, a tutti i livelli, affinché tutti si sentano coinvolti verso una missione più alta. Perché le imprese giocano un ruolo fondamentale nel tessuto sociale e - con le idee, la passione e l'impegno dei propri collaboratori - possono fare molto, anche più di quanto già fanno, per il progresso della collettività.

Chief Operating Officer e Presidente del Comitato per la Responsabilità sociale di Walgreens Boots Alliance

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CRESCITA SOSTENIBILE E CULTURA DEL VALORE SONO OBIETTIVI DELLE IMPRESE

Il Sole 24 ORE

CAPOREDATTORE CENTRALE
Roberto Iotti
CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA
Giorgio Santilli
UFFICIO CENTRALE
Fabio Carducci (vice Roma)
Balduino Ceppetelli,
Giuseppe Chiellino, **Laura Di Pillo**,
Mauro Meazza (segretario di redazione),
Federico Momoli, **Alfredo Sessa**
Alberto Orioli

CAPOREDATTORE CENTRALE
Roberto Iotti
CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA
Giorgio Santilli
UFFICIO CENTRALE
Fabio Carducci (vice Roma)
Balduino Ceppetelli,
Giuseppe Chiellino, **Laura Di Pillo**,
Mauro Meazza (segretario di redazione),
Federico Momoli, **Alfredo Sessa**
Alberto Orioli

LUNEDÌ
Marco Mariani
Franca Deponi (vice caporedattore)
UFFICIO GRAFICO CENTRALE
Adriano Attus (creative director)
Francesco Narracci (art director)
RESPONSABILI DI SETTORE
Marco Alfieri (Online)
Luca Benecchi (Economia & Imprese)
Luca De Biase (nava.tech)
Maria Carla De Cesari (Norme & Tributi)
Marco Ferrando (Finanza & Mercati)

Attilio Geroni (Mondo)
Lello Naso (Rapporti)
Christian Martino (Plus24)
Franca Padula (moda)
Stefano Salls (Commenti)
Marco Carminati (Domenica)
Giovanni Uggeri (casa e food)
SOCIAL MEDIA EDITOR
Michela Finizio,
Marco lo Conte (coordinatore)
Vito Lops, **Francesca Milano**

GRUPPO 24 ORE

PROPRIETARIO ED EDITORE
Il Sole 24 ORE S.p.A.
PRESIDENTE
Edoardo Garrone
VICE PRESIDENTE
Carlo Robiglio
AMMINISTRATORE DELEGATO
Giuseppe Cerbone

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE
Via Montecitorio, 91 - 00199 Milano - Tel. 02.3022.1 - Fax 02.43510862
AMMINISTRAZIONE
Via Montecitorio, 91 - 00199 Milano
REDAZIONE DI ROMA
P.zza dell'Indipendenza 23b / c - 00185 - Tel. 06.3022.1 - Fax 06.3022.6390
e-mail: lettere@ilssole24ore.com
PUBBLICITÀ
Il Sole 24 ORE S.p.A. - SYSTEM
DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE
Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano - Tel. 02.3022.1 - Fax 02.3022.214
e-mail: segreteria@ilssole24ore.com

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotocopione o la registrazione.

PREZZI
con "La pietra nera del ricordo" € 12,90 in più;
con "Norme e Tributi" € 12,90 in più;
con "Aspirin" € 12,90 in più;
con "Indicatori di Allerta Standard e Personalizzati" € 9,90 in più;
con "Novità Fiscali" € 9,90 in più;
con "Colf e Badanti" € 12,90 in più;
con "Antiriciclaggio" € 9,90 in più;
con "Novità Iva 2020" € 9,90 in più;
con "How To Spend It" € 2,00 in più;
con "Il Maschile" € 6,50 in più.

Prezzi di vendita all'estero: Monaco P. € 2 (dal lunedì al sabato), € 2,5 (la domenica), Svizzera Sfr. 5,20