

<b>EDITORIALE</b>	<b>PAG. 02</b>
<b>IL PRIMO CANDIDATO NERO ALLA PRESIDENZA AMERICANA</b>	<b>PAG. 03</b>
<b>IL VERTICE FAO E' STATO UN FLOP</b>	<b>PAG. 05</b>
<b>ONOREVOLI CON DOPPIO STIPENDIO</b>	<b>PAG. 08</b>
<b>COME DEFISCALIZZARE I COSTI DI RICERCA E SVILUPPO</b>	<b>PAG. 09</b>
<b>I NON RESIDENTI POSSONO DETRARRE LE SPESE FAMILIARI</b>	<b>PAG. 22</b>



FINANZA UNITA

## FINANZA UNITA

Anno XX - Numero 6 - Lug/Ago/Set 2008  
Poste Italiane Spa - Sped. in abb. postale - D.L.353/2003  
(conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1 comma 1, DCB Milano.

### Amministrazione Redazione e Ufficio Corrispondenza:

FIM SERVICE SNC  
via Milano, 14/H - casella postale n. 100 - 20064 Gorgonzola (MI)  
Tel.: 029516912 Fax: 029516913  
Via Bolama, 7 - 20126 Milano  
www.fimservice.it - info@fimservice.it

### Direttore Responsabile:

Francesco Inzitari (f.inzitari@fimservice.it)

**Direttore Tributario:** Rosario Morgante

**Redattore:** Danilo Zanelli, Dunia Rahwan, Marta Camerotto

**Graphic Designer:** Francesca Sarcina

**Stampa:** Grafiche Migliorini - Melzo (MI)

La pubblicazione ottempera a quanto stabilisce il D.L. 50/92 sul diritto di recesso da notificare in forma scritta, entro 10 giorni dalla data del ricevimento periodico.

Prezzo di copertina 6,67 euro più contributo stampa libero

Nel rispetto del D.Lgs. n. 196/2003 i dati degli abbonati potranno essere cancellati in qualsiasi momento dietro semplice richiesta scritta al fax n. 02.9516913

Ogni abbonamento ha la durata di anni uno a partire dalla data di sottoscrizione dello stesso. La Direzione declina ogni responsabilità per le opinioni espresse dagli autori nei testi.

Inoltre, avverte gli abbonati che gli addetti alla diffusione della rivista, non fanno parte della Pubblica Amministrazione ed è escluso che possano qualificarsi per tali.

Gli abbonati ai quali, a causa di disguidi postali, non venissero regolarmente recapitati i numeri della rivista, sono invitati a farne segnalazione all'Ufficio Corrispondenza.

Autorizzazione del tribunale di Milano n.637 del 01/08/1989.

Iscrizione al Registro Nazionale della Stampa al n. 2799 del 02/04/1990

Registro dell Imprese di Milano iscrizione n. 293524

Tribunale di Milano sezione ordinaria il 19/02/96

Registro Ditte n.1309137 il 05/06/89.

Centro di consulenza gratuito: riservato agli abbonati

Tel.: 02.9516912 Fax.: 02.9516913

## EDITORIALE: ANOMALIE E PARADOSSI DELL'ECONOMIA ITALIANA

**I**talia, paese dalle mille contraddizioni dove da quindici anni fatturato e valore aggiunto zoppicano fino allo stallo totale e in concomitanza l'occupazione aumenta sia nel settore dell'industria sia nelle aziende di servizi. E pensare che nel lontano 1957 eravamo partiti col piede giusto, con sprint, tallonando altri paesi europei come Francia, Germania e Gran Bretagna, per Pil e reddito pro capite. Spesso superando gli "avversari". Poi, da dieci anni a questa parte la nostra crescita economica è diventata persino inferiore a quella dell'Africa: dal 2000 al 2006 il reddito pro capite è sceso dalla prima alla seconda divisione e abbiamo perso terreno nei confronti di paesi che prima stentavano a concorrere con la nostra potenza, come Spagna, Irlanda, Slovacchia e Polonia. La causa non è attribuibile a una crisi generalizzata poiché durante l'ultimo quinquennio paesi dinamici come i succitati sono riusciti a cambiare radicalmente la loro posizione nell'economia mondiale e a elevare i propri cittadini dalla condizione di povertà. Se il mercato non cresce e l'economia non ha mordente, ci si aspetterebbe di assistere a tutto tranne che all'aumento delle assunzioni o alla trasformazione di posizioni lavorative da permanenti a precarie. In Italia invece, paradosso dei paradossi, l'Istat denuncia proprio questa situazione: gli autonomi superano il 18% della manodopera totale (contro una media del 2-4% di paesi come Francia, Gran Bretagna e Spagna). E sembrerebbe, sempre secondo l'Istat, che sebbene «l'analisi settoriale confermi come la dinamica della produttività sia stata negativa in tutti i settori, eccetto l'agricoltura, è anche peggiore proprio in quelli che sono cresciuti maggiormente (anche per le assunzioni, n.d.r.), dunque non solo nelle costruzioni, ma anche nelle attività finanziarie e nei servizi alle imprese». Come dire: meno ce ne è e più si sperpera. La logica aberrante che regola questo processo è oggetto di studio dell'Istat che vede in essa una delle cause scatenanti della mancanza di crescita dell'economia nazionale. Se da un lato il paese non ha tratto profitto dal trend malato, le singole imprese sono state in parte ripagate, soprattutto quelle che basa-

no il proprio fatturato sull'export principalmente di prodotti di qualità. Ma quando si va ad analizzare durante il periodo 1999-2005 l'universo intero delle imprese, si nota che, mentre l'industria perde il 7% delle imprese e il 4% dei lavoratori, altri settori registrano impennate inusuali. Nelle costruzioni si parla di un più 19% per le aziende e 28% degli addetti, e nei servizi alle imprese addirittura di una crescita del 37% per le unità imprenditoriali e del 48% dei lavoratori. Impressionante se si pensa che in questo periodo l'Europa, 25 nazioni in tutto, ha incrementato il corpo lavoro di sei milioni di lavoratori, di cui 1,7 solo in Italia, ovvero nel paese che sulla carta meno ne avrebbe bisogno. Mentre i 25 sfoggiano un'economia robusta, tagliuzzano dove è necessario e assumono se vi è richiesta, il Bel Paese persevera controtendenza.

E' il caso dell'industria in senso stretto: se in Europa quasi quattro milioni di posti di lavoro sono andati persi, in Italia se sono stati cancellati meno di 20mila. Andando a scannerizzare l'apparato produttivo, si nota un'altra anomalia tutta italiana. Le nostre imprese di media dimensione, soprattutto nel settore industriale, impiegano un numero inferiore di lavoratori rispetto alla media europea (nel 2005 era di 3,9 unità per azienda in Italia contro una media UE del 6,5). Anche nei settori più dinamici, gli addetti aumentano ma le imprese sono sempre grandi la metà di quelle europee e deteniamo un primato di micro-aziende secondo solo a Grecia e Cipro. Se la detassazione degli straordinari (solo per impiegati non pubblici) e l'abolizione dell'ICI (del 60% dell'ICI a voler essere precisi, perché il restante 40% era già stato depennato dalla precedente legislatura) sono delle buone iniziative dell'attuale Governo, per destare il gigante addormentato sarà necessario maggior ingegno, a cominciare dagli incentivi alle imprese e proseguendo con i fondi dedicati alla ricerca e all'istruzione. Perché la situazione è talmente grave che bisogna ripartire dall'inizio, da zero.

**Dunia Rahwan**

## IL PRIMO CANDIDATO NERO ALLA PRESIDENZA AMERICANA

**S**e l'America sia pronta o meno a tale evento non ci è noto saperlo almeno fino al prossimo 4 novembre, quando gli elettori saranno chiamati a esprimere il proprio giudizio presso le urne, fatto sta che nella fazione democratica del paese, per la prima volta, sarà schierato un candidato di colore. Barack Obama. A voler essere puntigliosi, la pigmentazione cutanea del senatore dell'Illinois, eletto nel 2004 e in carica fino al momento delle elezioni presidenziali, è una novità di portata anche più ampia: oltre a essere attualmente l'unico senatore nero d'America, Obama è il quinto nella storia del Senato Federale di Washington e il terzo a tentare la corsa alla Casa Bianca dopo Jesse Jackson e, in tempi più recenti, Al Sharpton. Capitoli della vita democratica targata USA finiti ancora prima di nascere. Invece Barack Obama, per gli americani il nuovo Bob Kennedy, ce l'ha fatta. E l'ha spuntata lottando con l'eleganza di una pantera contro un avversario forse un po' meno elegante, ma tremendamente agguerrito: Hillary Rodham Clinton, che a sua volta sarebbe potuta essere la prima donna presidente degli Stati Uniti d'America.

La sconfitta è stata così cocente per Hillary che fino alle ultime battute non ha voluto rassegnarsi e non ha mollato l'osso, stoica anche conto l'evidenza. Del resto la signora è una vecchia volpe della politica statunitense: first lady dal 1993 al 2001 al fianco di Bill Clinton, anche in tempi di scandali sessuali, è stata poi eletta senatrice dello stato di New York, carica che mantiene tuttora. Hillary aveva dalla sua una grande esperienza in materia politica.

I primi passi li ha mossi nel 1964 nelle file repubblicane, abbandonate ben presto a favore delle democratiche a seguito del tragico assassinio di Martin Luther King, che lei aveva incontrato poco tempo prima. Hillary ne imbrocca una dietro l'altra fino ad arrivare alla corsa per la presidenza in rappresentanza del Partito Democratico, anzi a esserne la favorita a detta dei più. Ma se la Clinton ha dalla sua esperienza, ottima conoscenza di politica estera e un ex presidente come marito a garantire per lei, oltre a una

carriera di tutto rispetto, perché ha vinto uno "sconosciuto" afro-americano spuntato pressoché dal nulla? I motivi sono molteplici e vanno cercati soprattutto nelle innovazioni apportate da Barack alla sua campagna elettorale, che ha letteralmente conquistato e sbaragliato.



FINANZA UNITA

Va innanzitutto ricordato che il senatore dell'Illinois prima di questa carica poco aveva a che fare con la politica. Figlio di una donna bianca del Kansas e di un keniota agnostico, Barack visse per un periodo della sua infanzia in Indonesia e in seguito proseguì gli studi a Honolulu, nelle Hawaii. Da giovane il suo impegno sociale si concretizza nell'integrazione multietnica e, dopo la laurea in legge ad Harvard, sono i diritti civili a mobilitare la sua coscienza. Di politica ancora poco fino all'elezione a senatore del 2004. Ma Barack è un ottimo oratore, bipartisan, sveglio e interattivo, e fa di questa peculiarità la sua arma vincente. In tempi di web communication perché non affidarsi a internet, a loghi e slogan forti che rimangono appiccicati alla memoria, più simili a griff o spot pubblicitari che a una campagna presidenziale? Così Barack Obama ha vinto. Avvicinandosi alla gente attraverso i mezzi a loro più noti e congeniali.

In questa operazione un team di furboni capitanati dallo stratega David Axelrod, affermato consulente delle campagne democratiche, ha organizzato tutto nei minimi particolari, forse non aspettandosi un risultato del genere: la vittoria in primo luogo, è ovvio, ma anche quei 270 milioni di euro raccolti in poco più di un anno di presidenziali da oltre un milione e mezzo di sostenitori (per la campagna di novembre si prevede di raccoglierne 375 di

milioni) giunti nelle tasche del black man con la semplicità di un click. «La prima cosa in cui abbiamo creduto è accettare il rischio Internet – spiega David Plouffe, manager e navigato uomo di pubbliche relazioni al centro del team di Barack –, con le conseguenze che questo comporta». E i risultati gli hanno dato ragione. I discorsi elettorali lanciati dalle pagine di YouTube sono quindi diventati dei rap di successo, mentre il logo, nato dall'idea di convertire la "O" di Obama in un sole stilizzato con tanto di americanissime strisce rosse orizzontali, è ormai un "brand" commerciale paragonabile al cocodrillino della nota polo sportiva. Anche la grafica dei cartelloni è curata in modo maniacale e si affida al carattere del futuro, il Gotham, utilizzato da riviste patinate come GQ e dai più popolari grafici e pubblicitari del pianeta. Infine la falcata vincente è stata incitata da slogan di sicuro impatto, urlati a comizi e ripetuti allo sfinimento dalla propaganda così da entrare nella testa delle persone e lì rimanere ben attaccati. "Yes We Can", "Coalition for Change". Noi possiamo, uniti per cambiare.

Ora lo scontro finale è con John McCain. Il candidato repubblicano, l'uomo sopravvissuto ad anni di tortura durante la guerra del Vietnam, scamperà anche al ciclone nero?

**Dunia Rahwan**



## IL VERTICE FAO E' STATO UN FLOP



**T**re giorni di discussioni e arringhe, battibecchi e comizi. Tre giorni romani iniziati il 3 giugno che hanno visto riuniti 550 delegati di 183 Paesi del mondo fra industrializzati e in Via di Sviluppo. In sostanza, tre giorni buttati al vento e conclusosi con un nulla di fatto. Le ambiziose aspettative di cui s'era preso carico il vertice sono rimaste deluse e così gli 862 milioni di affamati del mondo non potranno che aumentare, si pensa di almeno un centinaio nel giro di breve tempo.

### LE ASPETTATIVE

Sono molteplici i temi che il summit straordinario sull'emergenza alimentare della Food and Agriculture Organization avrebbe dovuto affrontare, a partire dal caro cibo. Si stima infatti che il costo dei cereali sia aumentato del 10% nel 2005-2006 e del 33% nel 2006-2007, soprattutto a causa dell'incremento di richieste da parte dei Paesi emergenti come Cina e India, e che

i depositi si stiano pian piano svuotando. E nei prossimi 10 anni l'escalation dei prezzi non accennerà a diminuire bensì si impennerà ancora. Dovevano essere affrontati poi problemi come il cambiamento climatico e i conseguenti disastri ambientali che per il 98% affliggono i Paesi in via di sviluppo arrecando loro danni stimabili fra i 83 e 127 miliardi di dollari l'anno. Danni che i Paesi industrializzati sono tenuti a risarcire sotto forma di "fondo per le comunità rurali" a partire dal 2030. Infine, tema attuale quanto controverso, il vertice avrebbe dovuto fronteggiarsi con il problema dei biocarburanti, ma il condizionale è d'obbligo perché alla fine non è stato prodotto alcun documento d'intesa ne sono stati individuati modi e tempi di utilizzo dei fondi raccolti. Anche questi, per dirla tutta, un po' pochini.

### I RISULTATI

I grandi dell'economia mondiale hanno dimostrato di avere le braccia un po' corte nei confronti dei fratelli