

POLI PRODUTTIVI ■ Prezzi di listino meno appetibili con l'euro forte - Gli operatori chiedono di migliorare la piattaforma logistica

I Cinesi mettono il divano nell'angolo

Il distretto appulo-lucano perde competitività: export in flessione del 6,6%, picchi negativi in Germania (-14%) e Stati Uniti (-15,7%)

Dicono che a un cinese basti dare uno sguardo a un divano imbottito per capire com'è fatto. E clonarlo. Così, nel giro di un anno e mezzo, i produttori d'Oriente sono riusciti a mettere all'angolo la concorrenza dei salotti pugliesi e lucani sul più importante mercato internazionale, il Wal-Mart di New York, a cui i principali produttori delle due regioni affidano l'80% dei salotti diretti all'estero. E adesso per le tante piccole imprese del distretto del salotto appulo-lucano — 530 aziende che tra Santeramo (in provincia di Bari) e Montescaglioso (Matera) danno lavoro a oltre 14mila addetti — il pericolo ha gli occhi a mandorla.

Rispetto al 2002 nell'ultimo anno il distretto ha registrato una perdita di competitività che si è tradotta in una riduzione di fatturato del 10%, un calo degli utili che in alcune aziende ha superato il 50%, una riduzione delle vendite del 7%, una perdita di quote di mercato del 9 per cento. Sul fronte export (che pesa per circa l'85% sul giro d'affari) i divani del distretto hanno realizzato 1.884 milioni nei primi dieci mesi del 2003, a fronte dei 2.017 milioni portati a casa nello stesso periodo del 2002, con un calo complessivo del 6,6% e punte negative in Germania (-14%) e in Usa (-15,7%).

Dati che dipendono da vari fattori, il primo dei quali è proprio il mercato a stelle e strisce, su cui si è concentrato l'export del made in Italy: il dollaro troppo basso rispetto all'euro e dunque i prezzi di listino meno competitivi stanno facendo girare altrove fiumi di compratori. «Ora un importante banco di prova — dice Paolo Lombardi, direttore di Federlegno-Confindustria — sarà la Fiera di New York e prima ancora, dal 14 al 19 aprile, quella di Milano, che è una delle più importanti a livello mondiale». Un secondo elemento da considerare sono gli alti costi di produzione e non a caso Giuseppe Nicoletti, titolare dell'omonimo gruppo e presidente del comitato di distretto del salotto lucano, chiede al governo di puntare su un «miglioramento della piattaforma logistica», visto che gran parte dei costi aggiuntivi per le aziende dipendono dalle scarse infrastrutture di cui è dotata l'area di Santeramo-Gravina-Montescaglioso. Inoltre, se non «l'abolizione dei dazi all'importazione di materie prime», suggerita da Nicoletti, almeno una riduzione: l'Italia è ancora oggi uno dei pochi Paesi che esporta in 168 Paesi pagando in media il 70% in più dei dazi rispetto agli altri Paesi europei, mentre 150 Paesi del mondo possono esportare in Europa non pagando dazi.

Nuove strategie però si richiedono anche sul fronte dell'innovazione. Nonostante gli ingenti investimenti in innovazione e ricerca realizzati dai grandi gruppi del distretto, resta ancora in piedi il problema di come far uscire tante piccole aziende dal tunnel della sfida con i cinesi sulla fascia medio-bassa. La facoltà di ingegneria dell'Università lucana ha realizzato nel 2002 una mappatura dei salotti made in Puglia e Basilicata, da cui emergeva che nel 2001 il 10,8% della quota di mercato estero era occupato dai divani del distretto di fascia bassa e il 24% da quelli di fascia media. Nella fascia medio-alta i divani appulo-lucani occupavano solo il 5,4% del mercato e nella fascia alta (la più difficile da imitare) appena l'1,7%. Sulla spinta all'innovazione e alla ricerca, attraverso piani di formazione e sgravi sugli investimenti delle aziende, punta Antonietta Majellaro, presidente della sezione legno e arredo dell'Assindustria barese. «Non siamo malati terminali — spiega — ma vogliamo prevenire i rischi di mercato, chiedendo alle banche e alle istituzioni di aiutarci ad elevare la professionalità degli addetti. Nel Barese vi sono tante piccole aziende per le quali è difficile trovare manodopera specializzata e formarla nella ricerca applicata e nel design».

Questi, insieme alla «riduzione indiretta del costo del lavoro», che gli industriali ritengono indispensabile affrontare quanto prima per far fronte alla concorrenza asiatica. Per dare un'idea di quanto sia agguerrita, vale la pena sottolineare quanto rilevato dai tecnici Istat in base ai dati sull'inflazione 2003: «Da maggio 2003 si registra una diminuzione dei prezzi all'import e questo, in parte, spiega il calo delle pressioni inflazionistiche: la Cina sta esportando in Italia con prezzi in picchiata».

BEPI MARTELOTTA

L'analisi / Le dinamiche del comparto

Dopo un 2003 difficile, per le imprese del distretto del salotto pugliese e lucano i primi due mesi del 2004 non sembrano fornire importanti segni di miglioramento. Il polo industriale è caratterizzato da alcune dinamiche: da un lato, l'incremento notevole delle dimensioni delle imprese; dall'altro l'evidenza che non sempre alla crescita ha fatto seguito il mantenimento o l'incremento della redditività.

Un fenomeno questo che può essere attribuito ad alcuni fattori, a partire dallo sfavorevole rapporto di cambio tra euro e dollaro nel 2003. Dopo anni di effetti benefici, dovuti a una moneta nazionale debole che favoriva le esportazioni, nel 2003 il forte apprezzamento dell'euro ha ridotto gli utili delle aziende esportatrici e, in alcuni casi, i volumi di esportazione: un divano venduto a mille dollari nel 2001 valeva circa 1.200 euro, nel 2003 appena 800 euro. Inoltre è da segnalare la crescita della concorrenza e quindi della pressione sui prezzi a livello internazionale dovuto all'avanzare delle produzioni localizzate nei Paesi emergenti e soprattutto in Cina. Ma anche l'au-

Aziende più grandi, redditività in calo



mento di alcuni costi operativi, la riduzione dei benefici fiscali e la penalizzazione dovuta alla presenza dell'Irap (che colpisce le società con elevato costo del lavoro) a partire dal 1998.

Dall'analisi dei bilanci degli ultimi anni di alcune tra le realtà più importanti del distretto (Natuuzzi, Nicoletti e Calia) emergono le dif-

ferenze tra le aziende di grandi dimensioni e quelle più piccole. Natuuzzi, nonostante il trend di riduzione della redditività, presenta una marginalità operativa mediamente elevata, oltre a essere un'azienda che non ha debiti finanziari ma una posizione di cassa largamente positiva. Questi risultati derivano dalle economie di

dimensione, dal maggior grado di integrazione verticale e dagli effetti derivanti da giuste politiche finanziarie effettuate in passato (apertura capitale, quotazione).

Le aziende più piccole, pur vivaci e con alle spalle numerosi successi sul mercato europeo e americano (Nicoletti è tornata in Usa nel '95, incrementando di anno in anno la quota di mercato), a causa delle dimensioni ridotte, dell'assenza di elevate capacità produttive in Paesi a basso costo di mano d'opera, del minor grado di integrazione verticale, della minore disponibilità di risorse finanziarie, subiscono maggiormente gli aumenti dei costi operativi (materie prime, trasporti etc.), che non riescono a trasferire sui prezzi di vendita per colpa della forte concorrenza. Di conseguenza la loro redditività operativa si attesta generalmente su livelli più bassi.

Esistono comunque dinamiche che accomunano i risultati economico-finanziari di tutte le aziende del salotto e che stanno ponendo il

distretto in una situazione di debolezza competitiva sui mercati: la riduzione dei tassi di crescita e del livello di redditività dovuto a un rapporto euro-dollaro sfavorevole e alla concorrenza di Paesi come la Cina. In questo scenario competitivo il mantenimento dei vantaggi acquisiti e dell'equilibrio economico-finanziario è sempre più legato alla capacità di offrire sul mercato,

Tra le contromosse partnership all'estero

a parità di qualità, un prodotto a prezzi competitivi rispetto a quelli provenienti da Paesi a basso costo della mano d'opera, delocalizzando la produzione di fascia medio-bassa o stringendo alleanze con i produttori di quei Paesi. Ma anche alla capacità di controllare il mercato finale investendo nello sviluppo del marchio e nelle strutture distributive di proprietà e alla ricerca e

sviluppo di nuove soluzioni e prodotti destinati alla fascia alta, che più difficilmente possono essere imitate dai paesi a basso costo della mano d'opera. Natuzzi da tempo è presente in Cina, Romania e Brasile e ha annunciato investimenti per raddoppiare la capacità produttiva in questi paesi. Da anni investe nella catena di negozi «Divani & Divani», leader nella distribuzione retail che ha annunciato notevoli investimenti nello sviluppo del marchio a livello mondiale. Calia sta valutando nuovi sistemi distributivi e ha spostato parte delle produzioni all'estero in Romania e nella Repubblica Jugoslava, dove opera in partnership con operatori locali. Ed è proprio la via delle alleanze che va percorsa nel caso delle piccole imprese, che più difficilmente dispongono di risorse per delocalizzare la produzione. Nicoletti, oltre che in Italia, sta producendo in Bulgaria con impianti di proprietà, in Brasile e in Cina con partner locali e ha aperto i primi 4 negozi di una catena di distribuzione in franchising che intende sviluppare con il proprio marchio.

A CURA DI MICHELE SARRA

Tra Santeramo e Montescaglioso 530 imprese che danno lavoro a 14mila addetti

IMPRESE SOTTO LALENTE

La fotografia

I bilanci di Natuuzzi tra il 1999 e il 2002 (milioni)

	2002	2001	2000	1999**
Fatturato	805,1	786,1	688,5	563,8
tasso crescita annuo	2,4	14,2	22,1	—
Risultato operativo*	101,8	97,8	126,5	119,7
% sul fatturato	12,6	12,4	18,4	21,2
Risultato netto	91,4	75,6	79,2	82,4
% sul fatturato	11,4	9,6	11,5	14,6
Pos. finanz. netta	-91,5	-69,5	-91,3	-159,8
Patrimonio netto	495,8	428,5	366,5	378,1
Capitale inv. netto	404,3	359,0	275,1	218,3
Indice indebitamento	-0,2	-0,2	-0,2	-0,4

* Risultato della gestione caratteristica (A-B del bilancio civilistico) Fonte: Bilanci societari

I numeri

I bilanci di Calia tra il 1999 e il 2002 (milioni)

	2002	2001	2000	1999**
Fatturato	68,8	86,5	110,7	34,9
tasso crescita annuo	20,5	-21,9	—	—
Risultato operativo*	2,8	3,0	8,5	2,7
% sul fatturato	4,0	3,5	7,6	7,6
Risultato netto	0,8	0,9	3,4	1,4
% sul fatturato	1,2	1,0	3,0	4,0
Pos. finanz. netta	12,5	15,4	13,7	11,0
Patrimonio netto	19,2	18,2	16,9	8,7
Capitale inv. netto	31,7	33,5	30,6	19,7
Indice indebitamento	0,6	0,8	0,8	1,3

* Risultato della gestione caratteristica (A-B del bilancio civilistico) Fonte: Bilanci societari

Conto economico

I bilanci di Nicoletti tra il 1999 e il 2002 (milioni)

	2002	2001	2000**	1999**
Fatturato	124,4	103,5	80,6	75,2
Tasso crescita annuo	20,2	28,4	7,2	—
Risultato operativo*	7,5	4,1	-1,2	3,8
% sul fatturato	6,0	3,9	-1,5	5,1
Risultato netto	2,9	0,7	0,9	1,7
% sul fatturato	2,3	0,7	1,1	2,2
Pos. finanz. netta	24,0	26,2	28,7	18,0
Patrimonio netto	10,5	7,1	18,4	16,7
Capitale inv. netto	34,4	33,3	47,0	34,7
Indice indebitamento	2,3	3,7	1,6	1,1

* Risultato della gestione caratteristica (A-B del bilancio civilistico); ** bilancio non consolidato Fonte: Bilanci societari

Per il leader Natuuzzi un 2003 da dimenticare

Il 2003, secondo i dati parziali del bilancio chiuso al 30/9/03, è stato un anno da dimenticare per Natuuzzi, leader nel mercato mondiale del salotto. Nel periodo gennaio-settembre rispetto allo stesso periodo 2002 il gruppo ha registrato un calo del fatturato (-7,1%) che della redditività operativa netta (5,7% rispetto al 13,6% del 30/9/02). Se il fatturato è diminuito, le unità vendute (dato non influenzato dal rapporto di cambio) fino alla fine di settembre 2003 sono rimaste pressoché invariate (-0,8%), con un aumento del 7% nel mercato americano e una flessione nel resto del mondo. A determinare la dinamica di diminuzione del fatturato ha contribuito in primo luogo il rapporto di cambio euro/dollaro sfavorevole, oltre alla concorrenza cinese sui mercati mondiali. Osservando il trend storico, emerge anche che la riduzione dei tassi di crescita rispetto al passato è iniziata già nel 2002 (incremento del 2,4% rispetto all'incremento precedente, nettamente inferiore a quelli mediamente registrati in passato) e quella della redditività nel 2000 (risultato operativo del 12,4% nel 2001 contro il 18,4% del 2000). La società comunque continua ad avere livelli di redditività elevata rispetto ad altre aziende del settore e a caratterizzarsi per la completa assenza di debiti finanziari (cassa per circa 90 milioni di euro a fine 2002).

Una leggera crescita per il fatturato di Calia

Il Gruppo Calia nel 2003 (secondo le prime indicazioni del management) ha registrato un fatturato in leggera crescita, anche se la redditività percentuale è attesa in diminuzione. Analizzando i bilanci già approvati relativi agli esercizi passati (dal 1998 al 2002), emerge che il gruppo Calia, con un fatturato pari a circa 69 milioni di euro nel 2002, presenta una crescita molto elevata nel 2000 ma

una sensibile riduzione nei due esercizi successivi. Tale diminuzione è in parte attribuibile ad un fatturato in leggera crescita che il 2000 è stato un anno di vendite straordinarie (presenza di un'importante commessa di produzione). Quanto poi alla redditività operativa, nel triennio si presenta decrescente, passando dal 7,6% del 1999 e 2000 al 4% nel 2002. La società presenta comunque una struttura finanziaria equilibrata.

Nicoletti tira il fiato dopo 4 anni di corsa

Fatturato 2003 in leggerissima crescita per Nicoletti, secondo le prime indicazioni del management della società. Quanto ai volumi di vendita, si stima una crescita a due cifre. Osservando il trend storico, Nicoletti negli ultimi tre esercizi ha registrato tassi di crescita tra i più elevati del distretto, raggiungendo un fatturato di circa 124 milioni nel 2002. Rispetto alla fine degli anni Novanta, anche per Nicoletti emerge una progressiva riduzione della redditività operativa e netta nel biennio 2000-2001: nel 2000 la società ha subito fortemente le oscillazioni del costo della pelle, nel 2001 la redditività operativa è tornata positiva anche se si è attestata su livelli più bassi rispetto al '99. Nel 2002 grazie a una serie di azioni (ad esempio l'acquisto della pelle direttamente in Brasile) la società ha raggiunto e superato i livelli di redditività operativa e netta del 1999. Nello stesso anno la società presenta una posizione finanziaria netta negativa per circa 24 milioni, peggiorata rispetto al 1999 a causa della riduzione dell'autofinanziamento e dell'aumento degli investimenti in capitale fisso e circolante (cresciuto a seguito del notevole incremento dei ricavi). Nel 2002 il rapporto di indebitamento, pur inferiore al dato 2001, risulta ancora elevato (2,3) conseguentemente alla bassa patrimonializzazione dell'azienda.

FALLIMENTO 418/95 TRIBUNALE NOLA PIMA SERRAMENTI SNC GIUDICE DELEGATO DOTTORRESSA MACRI VENDITA CON INCANTO BENI IMMOBILI 30/03/2004 ORE 12,00

Appartamento in Cicciano via Salvati e Morelli, 1° piano, di mq. 79 circa, con relative pertinenze. Prezzo base € 31.190,02 al netto spese trasferimento.

Offerte da presentare in Cancelleria Fallimentare entro ore 12 del giorno dell'incanto, depositando - mediante distinti assegni circolari n.t. intestati all'Ufficio - somma pari al 65% del prezzo base, di cui 50% di cauzione e 15% conto spese, salvo eventuale supplemento.

Aumento minimo € 500,00.

Ulteriori informazioni e dettagli presso Cancelleria fallimentare o curatore rag. Antonio Esposito Tel. 081 803 1130.

CITTÀ DI MARANO DI NAPOLI BANDO DI GARA PER RECUPERO CREDITI PER ONERI CONCESSORI EX L. 47/85 E L. 724/94 E SANZIONI AMMINISTRATIVE ESTRATTO

1. Comune di Marano di Napoli C.so Umberto I n. 6 80016 Marano di Napoli (NA). Tel. 081/5769111; Fax 081/5864437.
2. Cat. 27 Servizio di recupero crediti per oneri concessori ex L. 47/85 e L. 724/94 e sanzioni amministrative.
3. Il servizio dovrà essere svolto nel Comune di Marano (NA).
4. Le offerte saranno aperte il giorno 27/04/2004.
5. L'appalto avrà durata di tre anni in conformità al Capitolato Speciale d'appalto. - Previsione per recupero coattivo e stragiudiziale di crediti per oneri concessori pari a € 7.500.000,00 - nonché sanzioni amministrative per € 125.000,00. Sarà riconosciuto ai professionisti incaricati il 10% dell'importo del valore degli oneri effettivamente incassati rispetto alla previsione di recupero previsionata. I requisiti necessari e le modalità per la partecipazione alla gara sono indicati nel bando integrale affisso all'Albo Pretorio di questo Ente e sul sito Internet www.comunemarano.it.

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO Arch. F. Fallacara

SOLE 24 ORE SUD

Proprietario ed editore: Il Sole 24 ORE S.p.A.
Presidente: GUIDALBERTO GUIDI
Vicepresidente operativo: GIANCARLO CERUTTI
Amministratore delegato: GIUSEPPE CERBONE
Direttore generale editrice: ANTONIO NARDI

Sede legale Via Paolo Lomazzo, 52 - 20154 Milano
e-mail: REDAZIONE_SUD@redazione.sud@ilssole24ore.com

MILANO Roberto Galullo (caporedattore), Federico Mornoli (vicecaporedattore), Lorenza Mox (caposervizio), Maria Luisa Colledani (vicecaposervizio), Giacomo Bagnasco, Barbara Bisazza, Francesco Di Marco, Cristina Gamba, Giovanna Mancini, Marco Mancini, Silvano Rubino, Silvia Sperandio
Via Paolo Lomazzo, 52 - 20154 Milano - Tel. 02 3022.2372 - 02 3022.2924 - 02 3022.2044 - 02 3022.2922 - 02 3022.2961 - 02 3022.2280 - 02 3022.2086 - 02 3022.2053 - 02 3022.2019 - 02 3022.2963 - 02 3022.4063 - Fax 02 3022.2713 - 02 3022.2832

NAPOLI Francesco Gaeta (vicecaporedattore), Francesco Benucci (inviato), Vera Viola
Corso Umberto I, 7 - 80134 - Napoli
Tel. 081 54.71.118, 081 54.71.106, 081 54.71.107

PALERMO Alessandro Balistrì (vicecaposervizio), Nino Amadore
via XX Settembre n. 64 - Palermo

BARI Maurizio Caprino, Nicola Di Molfetta

Stampa Editrice Telesud S.p.A., località S. Stefano, Vignano (BN)
Gazzetta del Sud Calabria S.p.A., Contrada Lecco, 87030 Rende (CS)
Les Srl, via Diodoro da Pordenone, 50 - Catania

Abbonamenti: Il presente bisettimanale è inviato gratuitamente ai titolari dell'abbonamento al quotidiano Il Sole 24 ORE domiciliati nelle aree in cui il bisettimanale è distribuito in edicola. Per ulteriori informazioni contattare il Servizio Abbonamenti al tel. (gratuito 02-06) 3022.2999 Orario 9.00 - 12.30/13.30 - 17.00 dal lunedì al venerdì

Servizio arretrati: per i non abbonati inoltrare richiesta scritta via posta a: Il Sole 24 ORE S.p.A. Servizio Clienti, via Tuscolana Valeria km 68.700 - 00191 Corselli (AQ) tel. (gratuito 02 o 06) 3022.2888 allegando assegno non trasferibile oppure via fax al n. (gratuito 02 o 06) 3022.2519 allegando la fotocopia della ricevuta di versamento sul c.c.p. 519272 intestato a Il Sole 24 ORE S.p.A.

Il costo di una copia arretrata è di € 2,60.

Gli arretrati sono gratuiti per gli abbonati al bisettimanale.

Pubblicità: Il Sole 24 ORE S.p.A. - 519272 - Direttore Generale: Renato Messina - Direzione e Amministrazione: Via Castellana, 11, 20151 Milano - Tel. 02 3022.1 - Fax 02 38000448 - e-mail: system@ilssole24ore.com - Filiale Sud - Via Santa Maria in Via, 12 - 00187 Roma - Tel. 06 30226110 - Fax 06 30226162 - Filiale sud@ilssole24ore.com - Ufficio di Napoli - C.so Umberto I, 7 - 80138 Napoli - Tel. 081 5529711 - Fax 081 5529711 - e-mail: ufficio.napoli@ilssole24ore.com

Copyright 2003 Il Sole 24 ORE S.p.A.

Nessuna parte di questo settimanale può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotocopiatrice o la registrazione. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

Registrazione Tribunale di Milano n. 479 del 6-08-2003 www.ilssole24ore.com

SYSTEM COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA CAMPANIA - CALABRIA - PUGLIA BASILICATA - SICILIA

Ufficio di Napoli
Corso Umberto I, 7 - 80138 Napoli
Tel. 081 5529763 r.a. - Fax 081 5529711
E-MAIL: ufficio.napoli@ilssole24ore.com

Filiale Sud
Via di S. Maria in Via, 12 - 00187 Roma
Tel. 06 30226110 - Fax 06 30226162
E-MAIL: filiale.sud@ilssole24ore.com

SOLE 24 ORE

www.ilssole24ore.com

Infrastrutture / Scelta dettata dalle carenze nei collegamenti e che pesa sui costi L'«imbottito» fa rotta sul Tirreno

Circa 500 carri al giorno. A tanto ammonta, secondo uno studio effettuato nel 2001 per la redazione del piano pugliese dei trasporti, il movimento merci del polo del salotto. Un traffico merci che la Puglia e i suoi porti guardano con il binocolo. Sembra che uno scerzo della geografia, che vorrebbe Matera e Altamura più vicine all'Adriatico e allo Jonio. Invece l'imbottito viaggia verso il Tirreno: Salerno e Gioia Tauro assorbono tutte le spedizioni per il Nord America e il Far east, ma anche per l'Europa settentrionale, e alla Puglia rimane soltanto il centro-Europa (Bari-Trieste) e un limitato federaggio da Taranto verso lo scalo calabrese. In media per 400 chilometri e i costi di trasporto incidono anche per il 30-40% su quelli del prodotto finito: con queste premesse, parlare di competitività sui mercati internazionali sembrerebbe una barzelletta.



Statale 99. Ai nastri di partenza il terzo tronco dei lavori

flussi turistici in direzione della città dei Sassi.

Sul fronte pugliese le cose non vanno altrettanto bene. Il progetto esecutivo del primo lotto (circonvalazione di Palo del Colle, 28 milioni) è fermo da mesi dopo essere stato bocciato dal ministero dell'Ambiente. Sono avviabili invece i lotti Palo-Toritto (23 milioni) e Toritto-Altamura (43 milioni): i bandi dovrebbero arrivare entro l'anno.

Il giallo delle ferrovie. Le «appulo-lucane» non effettuano trasporto merci e la linea statale resta un miraggio. Il percorso Rfi dovrebbe andare da Ferrandina ad Altamura, poi da lì a Bari, un'opera per la quale sono disponibili 67 milioni nel Pon (Piano operativo nazionale) trasportati e per la quale la Regione ha stanziato 14 milioni da investire sul tratto da Ferrandina a La Martella (zona industriale di Matera). Ma i lavori non decollano soprattutto perché il resto del tracciato non esiste: tra Puglia e Basilicata non c'è accordo. Un dissenso che in realtà è ben più ampio, perché coinvolge proprio il futuro della Fal, che oggi fa capo al ministero delle Infrastrutture e che sarà trasferita alle regioni interessate: la maggioranza andrà ai lucani, ma la Puglia non è d'accordo. E così la strada ferrata resta la stessa di 50 anni fa.

MASSIMILIANO SCAGLIARINI