



Informatica e Pubblica Amministrazione

Dopo l'ubriacatura di nuove tecnologie che ha accompagnato la seconda metà degli anni Novanta, oggi è il momento dell'"onda lunga". Più razionale, più accorta e, in ultima analisi, più utile. Il rapporto con le nuove tecnologie, infatti, oggi sta cambiando il modo di vivere di molte persone, anche di quelle che non sembravano avvezze alle novità in questi campi. Come pure per le istituzioni. Oggi finalmente si vedono i primi, tangibili risultati dell'informatizzazione delle Pubbliche Amministrazioni, non solo dal punto di vista gestionale, ma da quello del rapporto con l'utenza. Tutto ciò ha migliorato e migliorerà i servizi, riducendo i tempi di attesa e i margini di errore, ma contemporaneamente porta con sé molti problemi, in particolare quelli relativi alla tutela della riservatezza.

Se da un lato, infatti, il cosiddetto e-government favorisce una personalizzazione dei servizi e un miglioramento della qualità complessiva dell'offerta pubblica, dall'altro induce a considerare il possessore dei dati informatici molto vulnerabile rispetto ad intrusioni e manipolazioni. Ancora poche persone oggi si fidano ad usare la carta di credito per fare la spesa, dunque ancora meno persone la useranno per acquisti online, e una fetta ancora inferiore rinuncerà a sbrigare pratiche amministrative al di fuori dei tradizionali sportelli. Ma il cambio di mentalità dovrà necessariamente avvenire e quindi la Pubblica Amministrazione si è attrezzata ormai da tempo in questa direzione. Oggi il problema è piuttosto rendere trasparenti e disponibili le procedure di utilizzo di quei dati, in modo tale da rassicurare gli utenti.

Anche la Camera di Commercio di Pavia ha lavorato alacremente negli ultimi mesi per perfezionare il proprio rapporto con gli utenti, cercando la migliore ottimizzazione fra servizi offerti, trasparenza e personalizzazione. Un grande, decisivo passo è costituito dal nuovo sito Internet camerale (www.pv.camcom.it), che si porrà sempre di più come strumento affidabile, oltre che di informazione e di aggiornamento, anche di servizio.

F
O
C
U
S

a cura della redazione

Pubblica Amministrazione

nuove norme per la trasparenza

a cura di Stefano Gatti

Definire rivoluzionaria la portata della legge n. 241 del 1990 per quanto riguarda la dinamica dei rapporti tra cittadini e Pubblica Amministrazione non è esagerato, e per diversi motivi.

Per la prima volta veniva razionalizzato in un organico impianto legislativo la disciplina del “procedimento amministrativo” che nei decenni precedenti era stato codificato solo dalla dottrina e dalla giurisprudenza del Consiglio di Stato. In altre parole si definivano con chiarezza i ruoli e i compiti degli attori nell’ambito dell’iter amministrativo e si stabilivano delle modalità obbligatorie di comportamento da parte degli organismi pubblici, allo scopo di conferire garanzie certe nei confronti dell’utente in ordine all’imparzialità e alla tempestività delle decisioni adottate. Quest’ultimo poteva ora pretendere una corretta informazione circa la persona fisica responsabile dell’iter burocratico, il termine di conclusione del procedimento e l’organo o l’autorità a cui potersi rivolgere per presentare un’opposizione di fronte a un eventuale provvedimento sfavorevole nei propri confronti.

La maggiore novità sta proprio nella connessione del concetto di “trasparenza” a quelli di efficacia ed efficienza, che tradizionalmente venivano ritenuti i pilastri su cui si deve reggere l’azione amministrativa. Pertanto veniva disciplinato il “diritto di accesso” ai documenti amministrativi, sia nella forma più specifica della partecipazione del cittadino a un particolare procedimento amministrativo che lo riguardi in prima persona, sia nel senso più ampio di garantire l’estrazione di copie o la presa visione di qualsivoglia documento sia formato, detenuto o conservato da un ufficio pubblico, qualora il richiedente dimostri di avere un interesse legittimo alla visione di tali documenti.

Con l’entrata in vigore della legge 11 febbraio 2005, n. 15 vengono introdotte significative novità nella disciplina in questione, in particolare riguardo i seguenti aspetti:

-con la modifica all’art. 6 della legge n. 241 si stabilisce che, qualora l’organo competente per l’adozione del provvedimento finale sia diverso dal responsabile del procedimento, non può discostarsi dalle risultanze dell’istruttoria condotta dal responsabile del procedimento, se non indi-

candone la motivazione nel provvedimento finale. Tale disposizione dovrebbe fornire maggiori garanzie che i provvedimenti amministrativi non siano viziati da un difetto di motivazione o da una motivazione contraddittoria;

-sempre a favore di una maggiore trasparenza amministrativa tra i vari elementi informativi che dovranno essere forniti agli interessati all’atto dell’avvio di un procedimento – ossia l’amministrazione competente, l’oggetto del procedimento, l’ufficio e la persona responsabile – dovranno figurare anche: la data entro la quale deve concludersi il procedimento e i rimedi esperibili in caso di inerzia dell’amministrazione;

-all’articolo 6 della legge 15/2005 viene introdotta una fase procedimentale che prima non esisteva, ossia l’obbligo per la P.A. di informare preventivamente l’interessato qualora vi siano dei motivi che ostino alla propria istanza. In tal modo si offre una possibilità più diretta e tempestiva al cittadino per intervenire nel corso del procedimento con osservazioni e controdeduzioni che possano influire sull’esito finale del procedimento;

-viene dato meno spazio all’annullabilità degli atti per vizi formali, prevedendo che in tal caso sull’opportunità di garantire la regolarità dell’iter burocratico prevalga la più sostanziale esigenza di non fornire una legittimazione a situazioni inique, solo sulla base della presenza di errori ininfluenti nel contenuto del provvedimento finale. E’ chiaro che tale disposizione ha una maggiore incidenza sui procedimenti che non

hanno un contenuto discrezionale, per cui la mancanza oggettiva del possesso da parte del cittadino dei requisiti previsti dalla legge non potrà essere contestata tramite l’evincenza di meri cavilli;

-vengono ridefiniti i termini e le procedure relative al funzionamento delle conferenze di servizi, qualora l’autorità procedente ravvisi la necessità di ricorrere a tali strumenti a causa dell’opportunità di effettuare un esame contestuale di vari interessi pubblici coinvolti in un procedimento amministrativo;

-viene ridisegnato l’impianto legislativo in materia di esercizio del diritto di accesso prevedendo quattro macro-categorie sottratte a tale diritto:



- 1 - i documenti coperti da segreto di Stato
 - 2 - i documenti riguardanti procedimenti tributari
 - 3 - gli atti riguardanti l'attività della P.A. in ambito normativo, in materia di pianificazione e programmazione
 - 4 - gli atti dei procedimenti selettivi, limitatamente ai documenti contenenti informazioni di carattere psicoattitudinale relativi a terzi;
- il cittadino che rivolge istanza motivata di accesso all'amministrazione che ha formato il documento o che lo detiene stabilmente, non dovrà più metterla in mora – in caso di inerzia - con un'ulteriore richiesta, ma potrà rivolgersi direttamente alle sedi giurisdizionali competenti per far valere i propri diritti, con notevole risparmio di tempo.

Le modifiche alla legge 241 sono entrate in vigore dall'8 marzo 2005, salvo quanto disposto in materia di diritto di accesso (artt. 15, 16 e 17). Infatti viene stabilito che entro l'8 giugno di quest'anno, per garantire la piena applicabilità delle nuove norme in materia di diritto di accesso, il governo dovrà adottare un regolamento inteso a integrare o modificare il regolamento alla legge n. 241 (DPR n. 352 del 1992).

Quanto sopra vale per le amministrazioni statali e gli enti pubblici nazionali. Al contrario le regioni e gli enti locali dovranno autonomamente emanare opportuni provvedimenti per regolamentare le nuove disposizioni legislative, oltre a revisionare gli atti in materia di esclusione e limitazione del diritto di accesso.

In Lombardia l'E-governance è realtà

Per estendere e qualificare ulteriormente la collaborazione a sostegno dello sviluppo economico e d'impresa il 26 gennaio 2004 regione Lombardia e Sistema Camerale Lombardo hanno firmato un accordo che prevedeva lo sviluppo di programmi per la semplificazione amministrativa e l'e-government.

Questa intesa istituzionale ha portato all'integrazione fra progetti strategici e innovativi sviluppati dai due sistemi istituzionali per accrescere ulteriormente il ricorso alle tecnologie informatiche e alle reti telematiche da parte di cittadini e imprese e facilitarne i rapporti con la Pubblica Amministrazione.

Si è proceduto quindi all'unificazione su un unico supporto fisico dei servizi previsti della Carta Regionale dei Servizi CRS e Della Smart Card Camerale.

Lo scorso 10 febbraio si è tenuto un incontro tra il Sistema camerale lombardo e il Presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni. A un anno dalla firma del protocollo d'intesa si sono valutati i risultati raggiunti

e gli ulteriori sviluppi che la collaborazione può intraprendere in questo settore.

Francesco Bettoni, Presidente di Unioncamere Lombardia ha tracciato un bilancio positivo dell'iniziativa affermando che con l'accordo quadro si è realizzato concretamente un salto di qualità che ha dato pratica attuazione ai due fondamentali principi dell'autonomia funzionale e della sussidiarietà. Oggi più di un milione di imprenditori e lavoratori autonomi lombardi possono utilizzare una sola carta nel loro rapporto con la pubblica amministrazione per fruire dei sempre più diffusi servizi telematici. Una carta che grazie alla «firma digitale» rappresenta sempre più la chiave di semplificazione del rapporto fra imprese e amministrazione pubblica, con evidenti risparmi di tempo e stimoli crescenti a ricorrere alle nuove tecnologie, anche nei rapporti all'interno del mercato, fra soggetti privati e contribuisce dunque alla diffusione di una società che fa sempre più ricorso all'information technology per aumentare la qualità e la funzionalità del lavoro e dei servizi. La Carta regionale unificata con la Smart Card, che ha anche la valenza di Carta Nazionale dei servizi, realizza inoltre un razionale coordinamento con i servizi e i progetti di livello nazionale ed evita inutili dispersioni e duplicazioni. L'accordo stipulato è però anche interessato da ulteriori evoluzioni in corso, derivate in gran parte dalle positive esperienze realizzate nel corso dell'anno passato. La maggior organicità e sistematicità dei rapporti istituzionali ha ulteriormente migliorato il clima di positività e reciproca collaborazione anche fra Direzioni regionali e sistema camerale, con il conseguente sviluppo di momenti di confronto e discussione, di proposta normativa e di stimoli nuovi per progetti comuni.

“Trasparenza e semplificazione sono due regole a cui le pubbliche amministrazioni si dovranno sempre più attenere in futuro. Per far questo si dovranno affidare all'Information Technology”



Il nuovo sito Internet: la Camera con un click

di Elisabetta Morandotti

L'obiettivo del progetto

Nel 2004 la Camera di Commercio di Pavia ha ristrutturato completamente il sito internet istituzionale: il lavoro di riprogettazione ha riguardato la grafica e l'architettura dei contenuti.

Il progetto è stato realizzato sulla base di un ripensamento complessivo della presenza in rete della Camera di Commercio.

L'obiettivo principale della revisione è stato quello di migliorare l'efficacia della comunicazione on line; un perfezionamento complesso teso a raggiungere questi obiettivi specifici:

- semplificare la consultazione delle informazioni;
- consentire l'orientamento del navigatore;
- agevolare l'interazione con l'Ente.

La metodologia

Prima di avviare la progettazione informatica è stato necessario svolgere una ricognizione dello "stato dell'arte" ossia della struttura esistente e del materiale pubblicato, analizzandone puntualmente gli aspetti più critici. A questa attività preliminare è seguita la "traduzione" progettuale degli esiti dell'analisi, per declinare concretamente le osservazioni maturate durante la ricognizione.

A questo scopo ci si è posti diversi interrogativi:

1. a cosa serve il sito internet istituzionale?
2. chi sono i nostri utenti?
3. quali sono le loro esigenze?
4. come possiamo soddisfare questi bisogni?

La parte nevralgica del progetto si è concentrata soprattutto nell'approfondimento dei punti 3) e 4) che attengono, prima, alla corretta interpretazione dei bisogni dell'utenza che naviga nel sito della Camera di Commercio, e, poi, alla puntuale soddisfazione di queste esigenze.

Il metodo seguito si è ispirato alla tecnica cosiddetta "task driven", prevedendo cioè dal lato dell'utente le azioni ben precise (task) orientate ad un obiettivo da raggiungere nel sito. Si è cioè cercato di "narrare" sottoforma discorsiva gli scenari d'uso che gli utenti-tipo avrebbero potuto affrontare, isolandone successivamente gli obiettivi perseguiti.

Un sito web è uno dei biglietti da visita più importanti per un'organizzazione che vuole migliorare la sua visibilità sul mercato e l'efficacia della sua comunicazione; ancor più impor-

tante è questa presenza, se l'organizzazione è una pubblica amministrazione, votata per missione istituzionale al perseguimento e alla tutela di un interesse pubblico.

Il progetto

Un sito internet fornisce una serie di informazioni che presentano l'organizzazione e permettono di conoscerla, sia essa istituzione, impresa, privato o altro.

Il sito delinea immediatamente al visitatore l'immagine dell'organizzazione di cui è emanazione: dà espressione della sua identità, ne fa intuire la struttura, ne illustra la missione.

Queste indicazioni vengono avvertite dal visitatore anche in modo inconsapevole (il cosiddetto look and feel) attraverso le sue percezioni sensoriali: alcune informazioni gli giungono dall'accostamento dei colori utilizzati, dall'aspetto grafico prescelto, dai suoni e/o i filmati introdotti, dalla gabbia di impaginazione preferita, dalla simbologia dei pulsanti e delle funzionalità (la cosiddetta interfaccia), dall'iconografia, dalle parole stesse e dallo stile del linguaggio utilizzati.

Da ciò discende l'importanza di adottare una linea di scelte progettuali coerente che tenga nella giusta considerazione anche questi aspetti di natura più emozionale.

Il nuovo sito internet della Camera di Commercio è stato costruito in modo che l'utente abbia in qualunque momento della sua navigazione la risposta certa a questi due quesiti principali:

- dove mi trovo?
- a cosa serve questo sito?

La progettazione ha prestato particolare attenzione alla costruzione di un'identità camerale connotata e distinta, oltre che riconoscibile in qualsiasi pagina del sito: ciò è stato possibile grazie ad uno studio grafico della testata e alla concezione di una struttura interna di impaginazione (che richiama il logo e la denominazione camerale) coerente con la pagina di ingresso.

Nel rifacimento della home page la scelta è caduta su una soluzione grafica sobria ma moderna, per contemperare l'autorevolezza dell'istituzione con l'esigenza di dialogare con l'utenza, senza trasmettere quella fastidiosa sensazione di distacco, troppe volte veicolata dai siti degli enti pubblici. Il navigatore nell'approccio alla pagina di ingresso saprà subito di tro-



varsi sul sito della Camera di Commercio di Pavia, a quali interlocutori essa intende rivolgersi, quale missione istituzionale persegue e che genere di informazioni sono disponibili all'interno. A questo punto potrà decidere come proseguire la navigazione.

La riorganizzazione dei contenuti è stata condotta cercando di sanare la precedente frammentazione delle informazioni, nel tentativo di razionalizzare in modo organico la grande mole di dati inseriti. E' stato scelto il criterio delle aree logiche in modo da strutturare l'architettura delle informazioni accorpando gli argomenti secondo l'appartenenza alla stessa "famiglia logica" e stratificandoli in base alla loro grado di approfondimento.

L'albero di navigazione che ne risulta raggruppa i servizi in aree logiche e ha ramificazioni che, in alcune sezioni, raggiungono il quarto livello di approfondimento.

Il rifacimento dell'architettura informazionale è stato condotto nel rispetto di questi principi-guida:

- utilità
- tempestività
- accuratezza

La Camera di Commercio ha voluto offrire alla sua utenza un servizio in rete che sia prima di tutto utile: a questo obiettivo rispondono le oltre 250 pagine di informazioni contenute nel sito che spiegano tutte le attività camerali e i procedimenti di interesse per gli operatori; nel dettaglio dei singoli argomenti è disponibile la modulistica scaricabile, la documentazione correlata, il rinvio ad altre sezioni collegate o ad altri siti accreditati.

Per rendere un servizio utile all'utenza è necessario che esso sia anche tempestivo e accurato: a questo scopo le notizie occupano nella pagina

di ingresso una posizione di rilevanza con le tre news più importanti pubblicate nel corpo centrale della home page.

Ogni utente potrà registrarsi per ricevere la newsletter della Camera di Commercio di Pavia, un notiziario elettronico gratuito che verrà recapitato periodicamente nella casella di posta elettronica degli abbonati.

La registrazione consentirà inoltre di navigare non più in modo anonimo ma identificato (cioè riconoscibile dal sistema), con il vantaggio di poter porre quesiti, richiedere chiarimenti, proporre suggerimenti o proposte su ogni argomento consultato, indirizzando un semplice modulo interattivo al responsabile del servizio consultato. L'identificazione degli utenti consente inoltre alla Camera di disporre di un data base privilegiato con alcune caratteristiche socio-economiche

che rilevanti (e-mail, status impresa/privato, settore economico, ecc.) del suo pubblico di riferimento, allo scopo di conoscere il proprio bacino di utenza e successivamente targettizzare (personalizzare) i servizi, cioè offrirli in maniera sempre più mirata e rispondente alle esigenze specifiche delle varie categorie di operatori.

Tanto le news quanto tutte le altre informazioni pubblicate sono aggiornate in tempo reale a cura della redazione

interna specializzata che si occupa della comunicazione istituzionale.

La strutturazione dei contenuti è stata pensata in modo da garantire sempre:

- la possibilità di contattare un referente specifico per ogni servizio proposto;
- agevolare la consultazione contestuale della documentazione pertinente;
- consentire l'approfondimento della materia in altre sezioni del sito con un apposito link di rinvio ("vedi anche") piuttosto che in rete su altri siti autorevoli e accreditati ("link").

Alcuni indicatori per valutare l'usabilità e l'accessibilità del sito web

- Ricorrenza di elementi uguali e riconoscibili in tutte le pagine
- Presenza di logo istituzionale
- Link alla home page (collegamento alla pagina principale) in ogni pagina interna
- Percorso indicato in ogni pagina
- Biunivocità della relazione menu-argomenti
- Immediata riconoscibilità dei link rispetto ai testi non cliccabili
- Visibilità dei link attivi e/o visitati
- Prevedibilità dei link
- Esistenza ed efficacia del motore di ricerca interno
- Presenza di mappa del sito
- Disponibilità di un'alternativa di testo sulle immagini usate come link
- Possibilità di ingrandire i caratteri dello schermo
- Assenza di frames (finestre sul video che possono appesantire la lettura)
- Utilizzo dei fogli di stile nella definizione della struttura della pagina
- Qualità del download della modulistica (moduli scaricabili)

La tecnologia utilizzata da Arx, la società che ha progettato il sito

Che tecnologie avete utilizzato?

“Abbiamo utilizzato vari linguaggi di programmazione, principalmente PHP, e il database MYSQL. Il linguaggio PHP interagisce con il database MYSQL estrapolando, sulla base delle richieste dell'utente, le informazioni necessarie a comporre la pagina. Questo si chiama sistema dinamico”.

Che vantaggi offrono queste tecnologie?

“Queste tecnologie permettono agli uffici della Camera di inserire le informazioni nel sito in tempo reale ed all'utente di avere le notizie aggiornate e personalizzare la propria navigazione sulla base dei propri interessi”.

Perché si è usata una tecnologia basata su software libero?

“Anche dentro una logica di mercato consideriamo una scelta strategica conoscere più linguaggi e saper fare funzionare le nostre applicazioni su qualunque supporto o piattaforma. La scelta di un linguaggio o di un altro si lega spesso a cause indipendenti dalla nostra volontà. Nel caso della Camera di Commercio di Pavia la scelta è derivata dal sistema utilizzato da Unioncamere a livello regionale. Per altri siti web, abbiamo sviluppato soluzioni con SQL Server di Microsoft o con Oracle, oppure soluzioni miste”.

Quali sono le potenzialità dei software liberi rispetto a quelli commerciali?

“Il linguaggio PHP, così come il database MYSQL sono divenuti in breve tempo una delle combinazioni più usate per la realizzazione di siti, per la loro robustezza, flessibilità, il buon livello di sicurezza, disponibilità per numerose piattaforme e soprattutto la gratuità di utilizzo. Esistono ancora dei gap evidenti, specie nel mondo dei database relazionali, dove le performances di Oracle e MSSQL Server hanno dei punti in più rispetto a MYSQL e PostgreSQL”.

Arx Consulting Srl

La società di consulenza che ha sviluppato il sistema internet della Camera di Commercio di Pavia, è una delle prime aziende pavesi presenti sulla rete.

Nata come società in nome collettivo nel 1995 - grazie anche al supporto del Punto Nuova Impresa della CCIAA di Pavia, ha avuto accesso ai fondi della legge regionale 68/1986 per le giovani imprese.

In dieci anni dalla fondazione ha saputo sviluppare una serie di progetti su internet per imprese ed enti.

I settori di attività: formazione avanzata (utilizzo applicazioni internet e programmazione web) - formazione a distanza - sviluppo database - applicazioni on line - analisi marketing - gestione contenutistica di siti internet

Tra gli ultimi lavori:

- un sistema intranet realizzato per Rizzoli Corriere della Sera per permettere di distribuire su richiesta a fornitori, tipografi e stampatori i documenti presenti sui server
 - un sistema di interfaccia internet intranet per Genset Spa per consentire agli acquirenti dei prodotti di recuperare on line dal numero di codice del prodotto dati di garanzia e manuale aggiornato
 - un catalogo di corsi di formazione rivolti alle imprese e agli enti sulle tematiche della sicurezza, dell'ambiente, dell'informatica aziendale, dell'e-government e della sostenibilità (www.inter-net.it/cluster)
 - un ampio progetto internet sul tema “enti locali ed ambiente” per coinvolgere ed informare le aziende sia sugli adempimenti ambientali, sulla sicurezza sui luoghi di lavoro e sulle priorità indicate nell'Agenda 21.
- Conta oggi 3 soci e 4 tra dipendenti e collaboratori, ha sede in corso Mazzini ed in piazza della Vittoria a Pavia.

Gli strumenti

Completano il lavoro alcune nuove funzioni che aiutano l'utente ad orientarsi durante la navigazione:

- mappa del sito: una vera e propria mappa con lo schema completo dei contenuti per livello di navigazione;
- motore di ricerca: uno strumento di ricerca facilitata che consente, digitando le parole chiave di un argomento, di rintracciare il contenuto all'interno del sito; il motore di ricerca ordina le ricorrenze trovate per livello di rilevanza decrescente.
- F.A.Q. (Frequently Asked Question): danno una prima informazione generale sulla Camera di Commercio e le sue attività principali;
- Percorso di navigazione: un apposito “promemoria” che durante la navigazione consente di controllare il percorso effettuato ed eventualmente “risalire” a ritroso nelle sezioni attraversate (es. Registro Imprese>Firma digitale>a cosa serve).

Il risultato che si è cercato di raggiungere è un sito moderno, flessibile ma soprattutto di servizio, utile, aggiornato e accessibile.

A rafforzare l'importanza dell'accessibilità dei siti delle Pubbliche Amministrazioni è intervenuto un recente provvedi-

mento legislativo (Legge n. 4 del 9 gennaio 2004) a tutela dell'accesso da parte dei soggetti disabili agli strumenti informatici, che impone agli Enti Pubblici il rispetto dei requisiti di accessibilità nella stipula di contratti per realizzare o modificare siti internet.

Un sito web è accessibile quando è costruito in modo tale che il suo contenuto informativo e le sue procedure di interazione/navigazione siano fruibili da:

- tutti gli utenti indipendentemente dalla loro dotazione di attrezzature informatiche (browser);
- tutti gli utenti anche se diversamente abili, affetti da minorazioni motorie o sensoriali, che normalmente si trovano in condizione di non poter usare pienamente tutte le componenti multimediali di un sito, a causa di condizioni ambientali o di limitazioni tecnologiche.

E' importante, da un lato, pensare e costruire il sito internet in modo compatibile con tutte le versioni di browser esistenti (non solo in relazione a quelli più diffusi) e, dall'altro, prestare attenzione ai supporti che vengono usati dagli utenti diversamente abili (es. lettori di schermo per non vedenti) e progettare il sito internet in modo da renderne fruibili i contenuti anche attraverso l'uso delle tecnologie assistite.

Come si usa...

E' possibile effettuare ricerche per parole chiave

Un utente registrato viene riconosciuto dal sistema e può modificare i propri dati

Menu 1° livello

Menu 2° livello

Menu 3° livello

Il menu a sinistra si espande su massimo quattro livelli, dall'argomento più generale a quelli più particolari

L'utente può scegliere se visualizzare i caratteri più grandi

Per ogni notizia viene indicato un ufficio, un referente e i dati per un contatto (indirizzo, telefono, fax, e-mail)

All'utente registrato compare questo modulo, attraverso il quale contattare direttamente l'ufficio preposto

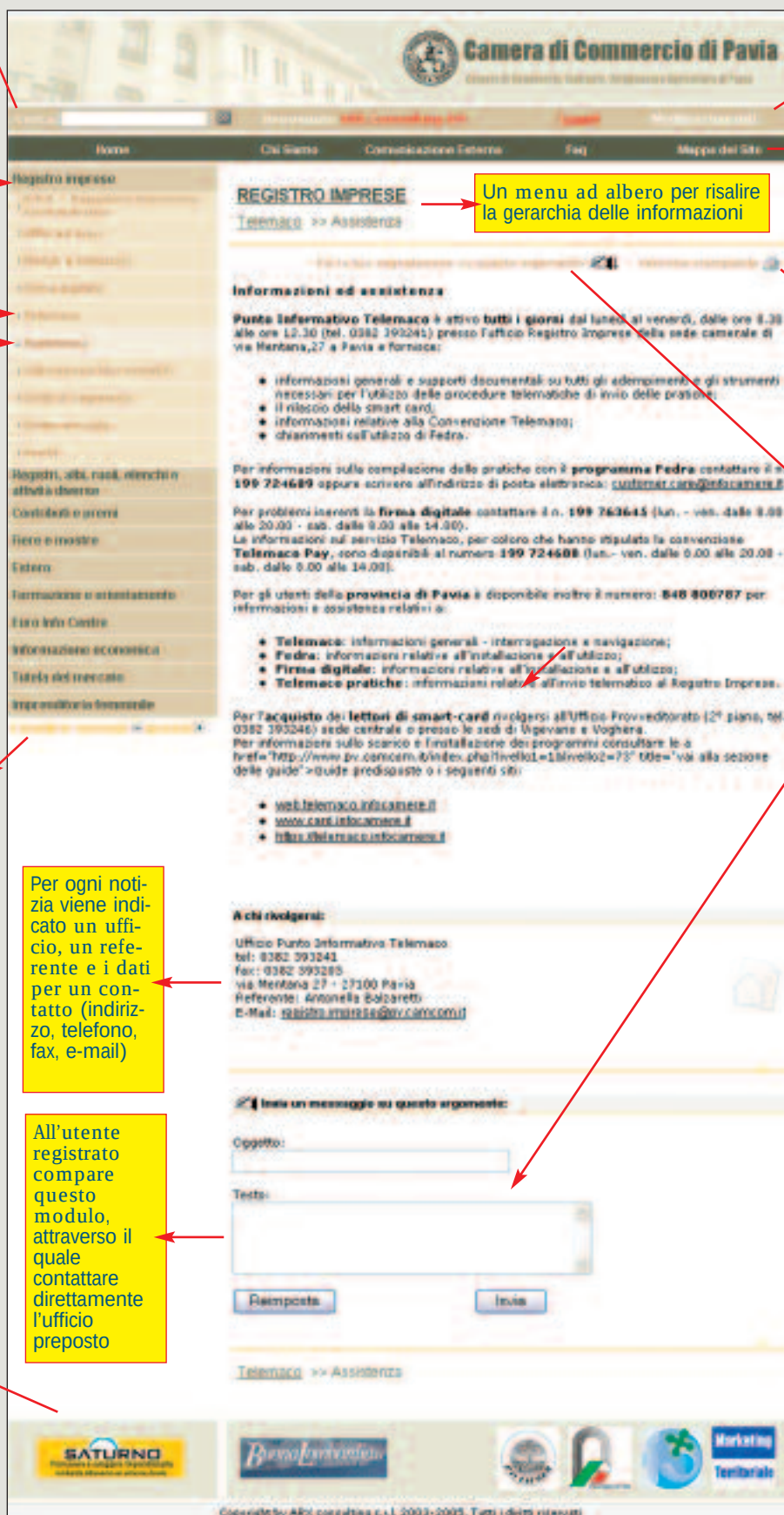
Banner che rimandano ad iniziative speciali del mondo camerale

Un menu ad albero per risalire la gerarchia delle informazioni

Il menu orizzontale rimanda a contenuti istituzionali

Di ogni contenuto esiste una versione stampabile a disposizione dei navigatori.

Gli utenti registrati possono fare una segnalazione che verrà ricevuta direttamente dal responsabile della notizia



F
O
C
U
S



AÇORES (P)

MADEIRA (P)

CANARIAS (E)

GUADELOUPE (F)

MARTINIQUE (F)

RÉUNION (F)

Paramaribo

SURINAME

GUYANE (F)

BRASIL

SVERIGE

SUOMI
FINLAND

Helsinki
Helsingfors

Tallinn

Stockholm

EESTI

Riga

LATVIJA

LIETUVA

Vilnius

Minsk

BELARUS

Moskva

ROSSIJA

Kyiv

UKRAÏNA

QAZAQSTAN

Warszawa

POLSKA

Praha

ČESKÁ
REPUBLIKA

SLOVENSKO

Wien

Bratislava

Budapest

MAGYARORSZÁG

Chişinău

MOLDOVA

ROMÂNIA

Bucureşti

Beograd

BOSNA I
HERCEGOVINA

Sarajevo

SRBIJA I
CRNA GORA

Sofija

BĂLGARIJA

Skopje

PORENEŠNA
JUGOSLOVENSKA
REPUBLIKA

MAKEDONIJA

SHQIPËRIA

Tiranë

ΕΛΛΑΔΑ-ELLADA

Athina

Ankara

TÜRKİYE

SAKARTVELO

Tbilisi

AZƏRBAYCAN

Yerevan

HAYASTAN

Yerevan

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

IRAQ

ΚΥΠΡΟΣ

Λευκωσία
Lefkosia

SOURIYA

IRAQ

Antaar&s, innovazione al servizio DELL' ALIMENTAZIONE

L'agro-alimentare, si sa, è una delle realtà economiche trainanti della provincia di Pavia. Ma le storie di successo imprenditoriale in questo settore non appartengono solo ai prodotti della ricca tradizione delle nostre terre, c'è anche chi si è fatto strada puntando sull'innovazione, studiando le dinamiche e le mutazioni del mercato e proponendo linee che sanno coniugare l'alta qualità alle esigenze del consumatore moderno.

Oggi la Antaar&s di Cava Manara può a pieno titolo definirsi un'azienda leader, ma anche un esempio imprenditoriale per chi ritiene, a torto, che in una filiera in cui la tradizione ha un ruolo così importante non ci sia spazio per idee nuove e nuove energie.

La storia della Antaar&s inizia alla fine degli anni '80 quando nasce come società di consulenza nel settore alimentare per lo studio e lo sviluppo di nuovi prodotti. La grande capacità innovativa acquisita è stata successivamente combinata alla massima elasticità nella pianificazione e nella risposta ai clienti e nel 1994 l'azienda compie un passo che si rivela decisivo e inizia un'attività industriale per la produzione di primi piatti disidratati e liofilizzati in busta.

La missione di Antaar&s diventa quella di proporre al mercato prodotti-servizio al più alto livello di qualità e innovazione: in particolare piatti pronti da cucinare in pochi minuti, prodotti solo con ingredienti naturali, con caratteristiche tali da poter emergere in un mercato dove ci sono competitori fortissimi che hanno nomi del calibro di Knorr/Unilever.



La produzione si divide in due grossi comparti: il primo, che ha permesso all'azienda di iniziare l'attività industriale, a "private label" per le più grosse ed importanti catene di supermercati presenti sul mercato italiano: Coop – Conad – Gs – Carrefour; il secondo a marchi propri dell'azienda: Pastarotti e Arnaboldi.

Arnaboldi rappresenta la linea di punta della produzione di Antaar&s. È stato scelto questo marchio perché si voleva avere un forte legame col territorio pavese e con la tradizione. Come tutti ben sanno infatti, a Pavia Arnaboldi fu, in passato, una importantissima famiglia di mecenati. Ancora oggi esiste in città la Cupola Arnaboldi

e Palazzo Arnaboldi, ed alcuni paesi in provincia, come Albaredo Arnaboldi, portano un riferimento nel loro nome a questa antica e nobile famiglia.

Nella linea Arnaboldi sono presenti una gamma completa di specialità di grandissima qualità. Innanzitutto "Le Tipiche", piatti regionali italiani come la Polenta alla Valdostana, Polenta alla Trentina, Ribollita alla Toscana, Pizzoccheri alla Valtellinese. Ecco poi "Le Etniche", una linea di specialità dal mondo come Cous Cous alla marocchina, Prawn Biryani all'indiana, Nasi Goreng all'indonesiana e Riso alla Cantonese. A fronte di un gusto che ama sempre di più la cucina orientale, si è aggiunta

La missione di Antaar&s è proporre prodotti al più alto livello di qualità e innovazione: in particolare piatti pronti da cucinare in pochi minuti, solo con ingredienti naturali



anche una linea completa di specialità giapponesi, l'unica presente sul mercato italiano, che propone prodotti quali Tempura, Misoshiru, Sushi kit, Sushi Rice e Sake. Infine l'ultima nata, una linea di salse di recentissima creazione, che permette di preparare un secondo piatto in pochi minuti, come Salsa Agrodolce alla cinese, Salsa Roja alla messicana, Tomato Chutney all' indiana. Il punto di forza di Arnaboldi è la qualità, infatti, pur essendo piatti disidratati e liofilizzati per poter essere conservati senza problemi, mantengono un gusto e una consistenza praticamente uguali a quelli freschi, ma soprattutto hanno tutti la cosiddetta "etichetta pulita", sono cioè completamente senza additivi. Per questo, ad esempio, le polente Arnaboldi sono certificate "NO OGM", cioè sono sempre prodotte con mais non geneticamente modificato. Inoltre, a differenza dell'offerta attualmente presente sul mercato, i prodotti con marchio Arnaboldi sono gli unici completamente privi di esaltatori di sapidità come il monosodio glutam-

mato, un composto che è alla base dei dadi da cucina, ma che finisce per dare a tutti i piatti pronti un sapore di fondo omogeneo ed indistinto e quindi alla lunga controproducente. La bontà non si improvvisa e queste specialità sono frutto di un accurato lavoro di studio. I ricercatori della Antaar&s sono un po' come i cuochi in un ristorante di lusso e propongono sempre qualcosa di nuovo: piatti tipici e regionali, specialità di cucine straniere, oltre, naturalmente ai piatti più conosciuti. Usando ingredienti disidratati di prima scelta, creano prodotti con il sapore naturale e pieno della ricetta originale.

Negli stabilimenti di Cava Manara, l'accuratezza e la meticolosità contraddistinguono l'intero ciclo produttivo. Due persone sono addette a tempo pieno al controllo della qualità in un moderno laboratorio di 100 metri quadrati e sulla linea di produzione vengono effettuati ben sette controlli automatici. L'azienda negli anni si è così dimostrata adeguata ai più alti standard certificativi: ha superato il controllo della Food and Drug Administration per l'esportazione negli Stati Uniti, ha ricevuto nel 1999 la certificazione ISO 9001 2000 e fin dall'inizio dell'attività ha seguito le prescrizioni HACCP per l'igiene e la sanità. Inoltre è in via di certificazione BVQI per gli OGM ed è

certificata per la produzione KOSHER.

Una realtà forte, in piena espansione, che si fa strada in un segmento di mercato che ha ancora notevoli potenzialità.

"Noi crediamo molto nei prodotti a marchio Arnaboldi", dice Lucia Vullo amministratore delegato della Antaar&s "e contiamo di ricavarne oltre il 50 per cento del nostro fatturato globale. Per questo stiamo investendo in pubblicità; abbiamo infatti appena finito di sponsorizzare la trasmissione Il Piatto Forte, con Iva Zanicchi su Canale 5 e proseguiremo nel secondo semestre.

Il nostro target di riferimento è il consumatore esigente, che ama la buona cucina e pretende un'elevata qualità; è inoltre attento alla salute e intende salvaguardarla a cominciare dalla tavola. Ciò che gli manca è il tempo e, dunque, sceglie spesso prodotti ad alto contenuto di servizio. Il nostro punto di forza è proprio il risultato del piatto garantito. Per assicurarlo, dobbiamo naturalmente affrontare costi maggiori, che si ripercuotono sul prezzo al consumatore finale. Il posizionamento a scaffale infatti dei prodotti Arnaboldi è, da premium price. La confezione gioca in proposito un ruolo fondamentale, poiché ci permette di comunicare immediatamente la qualità e il posizionamento delle referenze".

Il successo dell'azienda è inoltre testimoniato dai numeri.

Dopo solo 4 anni dall'inaugurazione del nuovo stabilimento è stato necessario raddoppiare gli impianti di produzione, il fatturato sta aumentato al ritmo medio di circa il 18% all'anno in un mercato caratterizzato da generale staticità. I prodotti hanno raggiunto una copertura del 14% del mercato italiano e la creazione di linee nuove prosegue: nel corso dell'ultimo anno sono stati sviluppati ben 12 prodotti completamente nuovi.

Antaar&s, che la Camera di Commercio ha insignito lo scorso dicembre del premio "Il nuovo a Pavia", rappresenta dunque allo stesso tempo la continuità e il futuro di un settore che da sempre è l'orgoglio di queste terre.

*100 metri quadri di laboratorio,
7 controlli automatici
e 2 persone addette
al controllo della qualità.*

*L'azienda si è dimostrata all'altezza
dei più elevati standard certificativi*



Come si combatte la crisi seduti a tavola

nostro servizio

“**G**li animali si nutrono, l'uomo mangia, e solo l'uomo intelligente sa mangiare”, così era solito dire Jean Anthelme Brillat-Savarin, l'autore del celebre trattato “La Fisiologia del Gusto” ritenuto la “bibbia” della gastronomia di tutti i tempi. Saper mangiare è appunto un'arte che va oltre il semplice nutrirsi ma coinvolge più sensi e non solo semplicemente la gola.

“La gastronomia — proseguiva Savarin — è colei che ci sostiene dalla culla alla tomba, che aumenta

le delizie dell'amore e la confidenza dell'amicizia, che disarmo l'odio, agevola gli affari e ci offre, nel breve corso della vita, la sola gioia che, non essendo seguita da stanchezza ci riposa perfino da tutte le altre”. Per cui il principale problema è nel piatto, nella cura del cibo, nella capacità del cuoco e nella tradizione culinaria del luogo. Ma questo non basta. Limitare l'esperienza gastronomica al semplice piatto sarebbe sbagliato oltre che pericoloso. Sì, perché da quando esiste l'arte della

*Limitare l'esperienza gastronomica
al semplice piatto
sarebbe sbagliato oltre che pericoloso
L'ambiente, la collocazione
e il servizio sono sempre più
fattori fondamentali per un ristorante*

cucina esiste pure l'arte di mettersi a tavola. Il rito ha bisogno di luoghi adatti, il palato si ispira se la cena viene servita in luoghi consoni, se l'ambiente è confortevole ed il servizio è buono. Questa è una regola antica, talmente antica che nei criteri di valutazione di un ristorante la Guida Rossa, la mitica Michelin, fa dell'ambiente un parametro fondamentale della valutazione complessiva. Un criterio, questo, che si è esteso ormai ad ogni occasione valutativa. Questo, in pochi anni, ha fatto cambiare radicalmente il

Pavia economica

33



**“Qualità e gentilezza
sono sempre le migliori referenze”**

Agostino Cremonesi presidente dell'Associazione ristoratori di Pavia e Provincia, nonché titolare del ristorante il Cassinino, ritiene che i ristoratori siano impegnati in una battaglia per salvaguardare una cultura, ma che debbano essere sostenuti in questo sforzo. «Dobbiamo lottare – spiega – per mantenere vive le trattorie e le osterie. I tanti piatti che fanno parte della nostra cucina nascono da quella tradizione. Oggi invece l'imporsi sempre più massiccio di una ristorazione di livello medio basso di modello soprattutto americano ha reso questo settore a rischio di estinzione. E' dunque giusto – prosegue Cremonesi – preservare al massimo i vecchi ambienti, ma in Italia questa scelta è sempre e comunque un'iniziativa del singolo imprenditore, e non è sostenuta dalle istituzioni o dalle amministrazioni come dovrebbe essere. Cito ad esempio il



caso della Spagna dove ristoratori e albergatori hanno ricevuto molto dalle amministrazioni a difesa delle tradizioni locali». Per Cremonesi oggi molti ristoratori sono di fronte a scelte difficili, investire sugli allestimenti di un certo tipo rappresenta anche un modo per reagire a una crisi che sta attraversando il settore: «Nell'ambito della nostra categoria stiamo pagando l'introduzione della legge contro il fumo. E' una legge senza dubbio giusta, ma la sua attuazione ha creato non pochi problemi, imponendo adempimenti più rigorosi rispetto al resto d'Europa. Ora molti si specializzano in banchetti o matrimoni, altri ricercano soluzioni differenti. Io penso che la ristorazione si basi su tre elementi essenziali: la qualità dei prodotti, un servizio ottimale e la gentilezza e la cortesia nei confronti dei clienti. Bisogna preservare i valori della nostra tradizione gastronomica e dobbiamo essere aiutati in questo dall'informazione e dalle istituzioni perché bisogna creare una cultura del “buono” e della qualità»

“Happy hour”, dall’Inghilterra ai banconi di Pavia

I ristoranti aumentano il loro appeal nei confronti dei clienti ristrutturando vecchi ambienti e affidandosi ad allestimenti artistici. I bar puntano sempre di più su iniziative che fanno tendenza.

E l’ora dell’aperitivo è diventata quasi ovunque “Happy Hour”.

L’“ora felice” è nata in Inghilterra per poi imporsi in tutti i paesi europei. Dalle sei alle sette di sera, l’ora che segue la chiusura di fabbriche e uffici e precede le uscite serali, si serve birra a prezzi scontati, anche a metà prezzo.

La Gran Bretagna è terra di grandi bevitori, che sembrano spesso prediligere la quantità alla qualità, ma in Italia il gusto ha sempre la meglio.

Piuttosto che birra a litri, un bicchiere di buon vino, cocktail a bassa gradazione e analcolici, e più che al bere, si punta sempre di più su stuzzichini. All’insegna di uno stile sempre improntato alla predilezione italiana per le cose buone e sfiziose, con una consumazione si possono avere panini, tramezzini, insalata di riso in abbondanza. Ma con l’imporsi di questa moda sui banconi dei bar vengono offerte specialità sempre più raffinate: tacos (sorta di piadina da mangiare imbottita), olive ascolane, crostini, crocchette, crudité, nachos (crocchette di mais servite con formaggio fuso e salsa piccante, miniquiche (tartine), vol-au-vent, paste fredde e calde, torte salate, polpette, gamberetti. Fino a invitanti piatti di frutta mista. Piano piano il cibo ritorna così a essere centrale, l’aperitivo perde progressivamente la sua connotazione di momento di passaggio per affermarsi come evento ricreativo. E l’ora felice è felice soprattutto per chi non ama far tardi o per chi vuole un momento di relax dopo una giornata di lavoro. Questa tendenza si è imposta a Milano per poi diffondersi nelle grandi città e nei piccoli centri, e Pavia non fa eccezione. Anche nella nostra provincia l’happy hour è diventato un piacevole rito collettivo per studenti, giovani e professionisti all’uscita dell’ufficio, un momento della giornata dedicato all’aggregazione.

modo di concepire i ristoranti. L’attenzione si è spostata dalla cucina alla sala, fare dei buoni piatti non è infatti più sufficiente. Occorre inventarsi un ambiente confortevole o addirittura, in alcuni casi glamour. Addio quindi trattorie di una volta trasandate, dove la qualità del cibo e la dimensione delle porzioni erano fondamentali, ora il gradimento per un ristorante passa anche dall’arredamento. Ecco quindi nascere pizzerie con mobili di design, che abbandonano le tovaglie bianche tradizionali e le oliere vecchia maniera per tavoli trasparenti e sedie all’ultima moda. Nella provincia di Pavia la nascita di questi nuovi locali è andata via via moltiplicandosi. Cerchiamo di fare un viaggio attraverso le novità senza citare esplicitamente i locali ma parlando delle tipologie, senza differenze e senza scontentare nessuno. La prima tipologia, che ormai è diffusissima in provincia di Pavia è quella dei locali etnici. La cucina straniera ha preso piede piano piano, a partire dai ristoranti cinesi, ma ora ha raggiunto articolazioni metropolitane. Un esempio tipico, che affonda le sue radici a Garlasco, è la nascita dei locali di netta ispirazione bavarese. Wurstel e birra di ottima qualità, ma non solo, accompagnati da vere e proprie stube, le caratteristiche sale da pranzo bavaresi. Il servizio è garantito da ragazze e ragazzi in costume tipico. Un modo per varcare la porta della sala e trovarsi per qualche ora catapultati in Germania. Il successo, visto il numero sempre crescente di clienti, è garantito. Ma etnico vuol dire anche spagnolo, turco, egiziano, tutte vie per fuggire per una cena dalle giornate uggiose della bassa padana e trovarsi all’estero per qualche ora.

Altra categoria in grande voga è la trattoria “riversitata”, in cui l’ambiente è stato recuperato, ma che mantiene il gusto di un tempo. Queste sono numerosissime, in uno stile che potremmo definire il rustico del terzo millennio. Buona cucina della tradizione, spesso a base di riso e vino rigorosamente dell’Oltrepò. A questa categoria possiamo ascrivere anche i moltissimi agriturismi nati

negli ultimi anni. In campagna sì, ma con tutti i confort dell’ambiente metropolitano.

Ultima novità, in termini temporali, i locali d’arte, dove dipinti e oggetti di pregio adornano tutto l’ambiente, come se si mangiasse “all’interno” di un’opera d’arte. Quadri di un unico autore, spesso molto colorati, accompagnano il cliente in una cena proprio avvolgente.

In direzione opposta i locali che vogliono far riscoprire la tradizione.

Ristoranti con annesso rivendite di prodotti

tipici, sul modello francese. Locali con pochi tavoli che spesso danno la possibilità di comprarsi quello che si è gustato a tavola, dai vasetti di sottaceti ai salumi tipici. Il nostro viaggio ideale su come cambia l’idea di ristorante a Pavia deve poi dare conto di quelli che sono i classici della ristorazione pavese. Locali che hanno avuto la forza di mantenersi identici a se stessi, promuovendo una cucina del territorio semplice ma ricca. Fra questi ci sono i posti che chiameremmo “dedicati”, dove si va per un piatto particolare, sia esso di cacciagione o di rane o di altre particolarità della provincia. Nel corso di questo breve viaggio i segnali che vengono dalla ristorazione della nostra terra mostrano un giu-

sto equilibrio fra innovazione e tradizione.

La spina dorsale rimane quella della cucina tipica sulla quale si innestano via via nuove culture che si fanno largo piano piano nei gusti degli amanti del mangiare e bere.

Si potrebbe dire, citando il lavoro che da sempre svolge Paviamostre, che la cucina tradizionale rappresentata ogni anno con gran-

de risonanza all’Autunno Pavese sta incontrando le “nuove vie” etniche e di contaminazione, che sempre con maggior successo trovano posto a Provaci Gusto (quest’anno riproposto a partire dal 1 giugno). Il tutto con una particolarità nuova, l’attenzione al colpo d’occhio del ristorante che deve essere comunque capace di non stancare i clienti, sempre più viziati e coccolati dai ristoratori della provincia, tutti i giorni alla ricerca di una novità.

*La tradizione in cucina
mantiene saldo il suo fascino
ma anche le novità si fanno spazio
nel cuore dei clienti
sempre più attenti a ricercare
atmosfera particolari*



a cura della redazione

VINDESIGN

laboratorio di idee e creatività

William Morris, intellettuale inglese dell'Ottocento una volta disse "Non avere nulla nella tua casa che non reputi utile o che tu non giudichi bello". L'utile e il bello a quell'epoca difficilmente coincidevano. Oggi invece, il design, i materiali e la creatività riescono a dare un aspetto estetico e originale anche agli oggetti più comuni e pensati semplicemente per essere strumenti. Il design reinventa quello che fa parte della nostra quotidianità rendendolo più funzionale, più pratico o semplicemente "più bello".

Pavia economica

Ma il design nel XXI secolo è qualcosa di più. E' divenuto un elemento chiave nello sviluppo industriale della nostra società, è leva di competitività, stimolo produttivo e culturale, veicolo di innovazione che invita a ripensare gli oggetti e i prodotti e apre nuove orizzonti imprenditoriali.

La provincia di Pavia è una delle più importanti realtà del settore vitivinicolo italiano, come quantità di vino prodotta, come qualità e come varietà della proposta.

*Dall'11 al 20 marzo 2005
in Santa Maria Gualtieri, a Pavia,
si è svolta la prima edizione
di una esposizione senza precedenti,
in cui il mondo dell'enologia
si è sposato con il design internazionale*

L'enologia rappresenta un punto di forza per l'economia locale e per l'immagine del territorio. E' dunque la base ideale su cui creare un indotto, un punto d'appoggio su cui altri settori produttivi possono contare per rilanciarsi. Il vino oggi non è solo una bevanda o un prodotto che fa parte della gastronomia, è una cultura e sta diventando anche uno stile.

Da qui è nata l'idea di Vindesign. Unire la passione e il gusto per il vino a oggetti utili e "belli", sposare una tradizione pavese all'innovazione e alla creatività, creare occasioni

imprenditoriali legate al modo di trasportare, conservare e servire il vino, allargare il successo del settore vitivinicolo ai prodotti manifatturieri delle piccole aziende artigiane. In parte esposizione e in parte laboratorio di idee, la prima edizione di Vindesign si è svolta dall'11 al 20 marzo scorsi a Pavia, presso Santa Maria Gualtieri, in Piazza della Vittoria. Nata dalla collaborazione tra Paviamostre Azienda speciale della Camera di Commercio di Pavia e CNA Pavia l'iniziativa ha avuto un successo al di là delle previsioni.

L'ex-chiesa nel cuore del centro storico è stata suddivisa, grazie a un allestimento molto riuscito, in tre diverse aree dedicate ai prodotti, ai progetti e ai prototipi.

La prima area, relativa ad una selezione degli accessori più significativi presenti oggi sul mercato, ha presentato una panoramica dello stato dell'arte, fonte di ispirazione per imprenditori, progettisti e buyers.

Dopo una selezione tra 2.500 proposte sono stati scelti 60 oggetti riguardanti tutte le funzioni legate al consumo del vino: dallo stoccaggio per la conservazione di breve periodo al servizio a tavola, dalla comunicazione ai supporti alla vendita. Si tratta di prodotti costruiti e commercializzati da 15 aziende. Ricordiamo la presenza di Italesse, ditta di Trieste specializzata in accessori per il vino contraddistinti da forte originalità e funzionalità. L'azienda ha presentato sei prodotti diversi tra cui il Calice Vertical un calice universale per la degustazione, il primo nel suo genere ad essere prodotto industrialmente. La ditta Alessi di Omegna ha esposto il "Chiringuito Cooler" ultimo nato nella gamma di prodotti della inconfondibile collezione Chiringuito firmata dal designer israeliano Ron Arad. La ditta Ugenio di Montecassiano (MC) ha proposto al pubblico una gamma di articoli innovativi e funzionali, legati al mondo del vino. Presenti in Santa Maria Gualtieri anche produzioni di ditte statunitensi (Metrokane, Gardnertech), francesi (L'esprit et Le Vin, Atelier Du Vin), canadesi (Swissmar), tedesche (Adhoc



Blomus - Sks), spagnole (Pulltex), olandesi (Vacu Vin) e danesi (Schur Inventure).

La seconda area espositiva ha raccolto 28 nuovi progetti di accessori per il consumo e la conservazione del vino, ideati appositamente per l'evento, da 5 studi di design di valore internazionale.

Tra gli ospiti della rassegna l'affermato studio di design milanese Aroundesign di Giulio Iacchetti e Matteo Ragni, vincitore nel 2001 del Compasso d'Oro ADI per la posata biodegradabile "Moscardino", entrata a far parte dell'esposizione permanente del design al MOMA di New York.

In esposizione anche i progetti dello studio londinese Gabriele Mirone, che ha firmato prodotti per la Mattel

toys e la Bdm illuminazione.

Un altro grande nome del design europeo presente è stato il finlandese Timo Heino dello studio Italform Oy, autore di linee di prodotti per Philips, Duetsche Telekom e Mattel.

Presenti anche lo studio milanese Rossari & Associati di Ambrogio Rossari che vanta tra i suoi clienti marchi italiani e internazionali nei campi dell'arredamento e dei casalinghi e lo studio torinese Zona Engeneering & Design di Mauro Zona che opera in tutto il mondo nei settori più diversi come aeronautica, biomedicina, casalinghi.

La terza sezione di Vindesign ha messo in mostra prototipi e modelli realizzati da aziende artigiane e PMI sulla base dei progetti dei designer. Piccole aziende che non hanno avuto paura ad affrontare questa nuova sfida. Tra questi Gianfranco Morandotti (artigiano argentiere di Giussago), Giancarlo Brambilla (titolare della Poliplast srl), l'Officina Meccanica Roveda Rino di Pavia, l'artigiano panettiere Claudio Uggeri - Sapori del Grano di Broni e l'artigiano falegname Silvano Lunardi di Varese.

Alla manifestazione, che ha ricevuto il patrocinio del Comune di Pavia, della Provincia e della Regione Lombardia, ha partecipato anche il Dipartimento di Ricerche Aziendali dell'Università di Pavia, coinvolto in uno studio di marketing del vino diventato oggi un settore strategico e ricco di prospettive di sviluppo.

"Il livello dei prodotti esposti in mostra è stato eccellente – ha commentato Piero Mossi, presidente della Camera di Commercio di Pavia - la storia e il prestigio degli espositori e dei designer è di per sé una garanzia di qualità; l'attenzione che la stampa nazionale ha dedicato a questo evento è un ulteriore segnale dell'innovazione della nostra proposta. Questo ci rende particolarmente lieti, dal momento che "Vindesign" è prima di tutto un momento di incontro tra le imprese e il design, un connubio tra idee e produzioni. E, ciò che ci sta più a cuore, la risposta delle aziende del nostro territorio è stata entusia-

smante e intensa, con un livello di professionalità e qualità assai elevato. Del resto, solo l'innovazione e la ricerca permetteranno alle nostre aziende di tenere il passo con mercati sempre più agguerriti. L'Italia può infatti sperare di mantenere alta la competitività a livello internazionale puntando tutto sulle idee, laddove la battaglia sui costi della manodopera e dell'energia appare persa in partenza". Soddisfazione anche da parte di Paolo Ventura, direttore della CNA di Pavia: "Per la CNA di Pavia, quella di Vindesign è una sfida nuova, inedita, che va al di là della usuale attività di collaborazione e supporto con le imprese artigiane. Da un'idea nata "in piccolo", infatti, abbiamo assistito ad un grande sviluppo di interesse attorno alla mostra, da parte delle imprese e dei progettisti. E allora, con questo evento vogliamo "insinuare" il dubbio che il design e l'innovazione non sono appannaggio solo delle grandi imprese, ma al contrario forse devono essere una caratteristica proprio delle piccole e medie imprese".

Lorenzo Rampa, Preside della Facoltà di Economia dell'Università di Pavia ha così spiegato il rapporto creatosi tra l'Università e questa iniziativa: "L'interesse per Vindesign da parte della Facoltà di Economia, che ha messo in campo un gruppo di lavoro coordinato da Maria Sassi, nasce dalla propensione che abbiamo per il marketing territoriale, di cui questa mostra rappresenta un aspetto. E' anche naturale che sia la nostra provincia a lanciare per prima un'iniziativa di questo genere proprio sul vino, visto che questa è una delle sue risorse più significative dal punto di vista della promozione. E penso anche che questa mostra possa servire per dare una spinta al settore: noi, da parte nostra ci siamo impegnati, anche per fare un po' di pratica su problemi che di solito affrontiamo in teoria".

Infine a parlare sono i numeri che dimostrano come il progetto di Vindesign, nato all'insegna dell'imprenditorialità, dell'italian style e anche per incuriosire il pubblico,



abbia centrato i suoi obiettivi.

Nei dieci giorni della manifestazione Vindesign ha accolto più di 3.000 visitatori, un numero significativo di persone ha anche risposto ai questionari che hanno evidenziato come il 21% dei visitatori provenisse da fuori provincia.

Numerosi e importanti sono stati i contatti tra designer e imprese e buyers. Ma l'aspetto imprenditoriale è stato anche reso più incoraggiante dalla presenza costante dei consumatori finali, tra cui enoteche, ristoranti e società di catering provenienti da ogni parte d'Italia, che hanno prospettato l'evoluzione che l'evento potrà avere.

Infatti Vindesign, nato dall'idea di creare un rapporto "business to business" (B2B) tra designer e progettisti da una parte e buyers e produttori dall'altra, ha visto anche numerosissime richieste da parte di privati che volevano acquistare o entrare in contatto con i produt-

tori (business to consumer – B2C). In conclusione Vindesign ha dimostrato quali ottimi risultati si possano raggiungere quando privati, associazioni di categoria, in questo caso CNA, ed enti pubblici collaborano. Da un'idea dei due curatori Antonia Mealli e Giuseppe Maffei, e con la collaborazione di CNA, Paviamostre, Azienda speciale della CCIAA di Pavia, e quindi emanazione di un ente pubblico, è riuscita a organizzare un'iniziativa di grande prestigio. Questo fa riflettere sul come si fa "sistema", creando un precedente virtuoso per iniziative future.

La seconda edizione a questo punto si annuncia quindi già molto più articolata. Visto il successo dell'evento, ora è lecito pensare in grande: infatti sulla base dei risultati e dell'affluenza, verrà richiesta la qualifica di manifestazione nazionale.

“Vindesign” è un'occasione importante per mettere in mostra l'Italian Style e creare un contatto tra designer e aziende artigiane del nostro territorio. Una spinta contro la crisi mondiale può venire dalla creatività