FOCUS

Turismo, una fotografia della provincia

Periodicamente, sulle pagine di Pavia Economica, viene lanciata una riflessione sul mondo del turismo, ormai una delle leve più importanti (e minoritariamente colpita dalla crisi) dell'economia italiana.

Negli ultimi anni, anche in provincia di Pavia si è lavorato molto per potenziare questo settore in continua evoluzione, per gusti, necessità e mutamenti culturali. Dunque anche sul nostro territorio si è resa nacessaria un'azione dinamica, e quanto più possibile sistemica e coordinata, per sviluppare politiche turistiche che siano competitive sul mercato. In questa partita, la Camera di Commercio è naturalmente coinvolta in prima linea, in quanto ente preposto all'accompagnamento dello sviluppo imprenditoriale del territorio.

Uno degli strumenti più importanti di cui ci si è dotati è stato un Osservatorio, che permettesse di monitorare costantemente la reale situazione delle presenze turistiche, la loro distribuzione geografica, l'oscillazione durante l'anno e soprattutto che potesse suddividere per categorie le tipologie di turisti. Un esempio dell'attività dell'Osservatorio si trova nelle pagine seguenti. Sulla base di dati certi ed aggiornati si sono quindi pensati degli strumenti per produrre politiche di sviluppo "su misura" per le varie aree territoriali.

L'adesione ad un progetto di Unioncamere Lombardia, da parte della Camera di Commercio di Pavia, ha portato all'individuazione di alcuni assi strategici su cui investire e attraverso i quali accedere ai futuri bandi regionali. In questo focus, vi è un'intervista a Roberto Daneo, consulente per la Camera di Pavia al progetto di rilancio turistico, in cui si evidenziano i contenuti delle scelte compiute in queste settimane dalla coralità degli enti territoriali, uniti per identificare le vie di sviluppo. Infine, non mancano alcuni interessanti interventi sulle realtà già esistenti, e da valorizzare, sul territorio, ed un'intervista a 360 gradi al prof. Claudio Visentin, uno dei massimi esperti italiani di turismo.

A cura di Epoché

Bene città e montagna, un 2009 con il segno più

Rapporto dell'IS.NA.R.T. sul turismo in provincia di Pavia

Osservatorio permanente sul turismo

La prima cosa da fare quando si parla di turismo è poter analizzare e confrontare i dati. Troppo spesso infatti si procede per sensazioni o osservazioni empriche. Anche per questo motivo, e poiché il turismo diventa sempre più un settore strategico per la visibilità di un territorio e per la sua economia, la Camera di Commercio si è dotata di uno strumento adeguato. Ha infatti istituito un Osservatorio Permanente sul Turismo in provincia di Pavia.

L'Osservatorio monitora l'andamento congiunturale delle presenze/prenotazioni nelle strutture turistiche. Ad arricchire questa serie di rilevazioni di base contribuiscono altre analisi, che spaziano dai comportamenti della domanda turistica alle ricadute economiche del fenomeno turismo. Tutti i dati rilevati sul territorio vengono sempre confrontati con le medie della Regione di riferimento e nazionale, infatti l'Osservatorio provinciale mantiene la stessa metodologia dell'Osservatorio nazionale, così da poter assicurare la comparabilità dei risultati ottenuti con quelli delle altre realtà italiane che condividono il progetto. Il partner tecnico che provvede a raccogliere ed elaborare i dati e a predisporre i report periodici è l'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (IS.NA.R.T. società del sistema camerale).

La Camera di Commercio di Pavia ritiene che la scelta dei periodi di realizzazione delle indagini (a ridosso dei momenti dell'anno di punta per i movimenti turistici) e la tempestività della produzione e del rilascio delle informazioni facciano dell'Osservatorio un importante strumento di supporto che viene offerto sia a soggetti istituzionali che ad operatori privati del settore, per agevolare la pianificazione dei servizi ai turisti.

Ecco di seguito un sunto dell'ultimo report realizzato dall'IS.NA.R.T.

Analisi congiunturale, primo trimestre 2009

Nei primi mesi del 2009, il confronto con i valori regionali e nazionali testimonia la solidità della provincia anche in bassa stagione. Con indici di occupazione netta di qualche punto percentuale superiori ai valori della Lombardia e con un andamento che tende a migliorare di mese in mese anche in primavera, la provincia di Pavia raggiunge a Pasqua livelli prossimi al 60%. Rispetto allo stesso periodo del 2008 il tasso di occupazione delle camere è più contenuto (in media un 16% in meno), ma è pur vero che lo scorso anno aveva segnato un notevole incremento rispetto alla performance del 2007. Inoltre, dal confronto tra i tassi di occupazione lorda e netta si evidenzia che sono i primi mesi dell'anno a risentire maggiormente della stagionalità dell'offerta turistica pavese, quando sono molte le strutture che restano chiuse.

Occupazione camere gennaio-marzo 2009 (%) per territorio

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Pavia	45,2	51,5	52,2
Lombardia	43,0	46,7	47,6
Italia	36,6	37,3	37,4

Occupazione camere gennaio-marzo confronti 2007/2009 (%) In provincia di Pavia

	Settembre	Ottobre	Novembre
2007	50,2	50,2	52,0
2008	43,5	51,4	47,5
2009	45,2	51,5	52,2
Variaz. 08/09	1,7	0,1	4,7

Occupazione camere gennaio-marzo 2009 (%) per prodotto In provincia di Pavia

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Città	69,0	74,3	76,7
Montagna	45,3	46,8	46,6
Terme	33,4	41,8	39,4
Campagna	40,2	45,9	47,7

Occupazione camere gennaio-marzo 2009 (%) per struttura In provincia di Pavia

	Gennaio	Febbraio	Marzo
Hotel	43,4	50,5	52,5
1 stella	31,7	30,5	33,2
2 stelle	41,8	57,1	55,9
3 stelle	46,8	51,5	54,2
4 stelle	43,7	55,4	57,5
Agriturismo	29,4	24,1	25,7
B&B	32,2	32,3	28,2
Altre strutture extralberghiere	94,2	93,0	90,9

Il prodotto che ancora una volta si conferma leader indiscusso nella provincia di Pavia è la città, anche in questo caso non si raggiungono i livelli del 2008, ma avere strutture ricettive occupate per più del 70% in un periodo come questo è da considerarsi un vero successo, confermato dalle prenotazioni della primavera. Da notare che la connotazione urbana fa registrare il massimo di disponibilità dell'offerta a gennaio, agosto e dicembre.
Ma il titolo di vera e propria "reginetta dell'inverno", con un incremento di 17 punti percentuali sul livello di occupazione delle strutture ricettive spetta alla montagna pavese, con le sue destinazioni appenniniche, che riesce ad allungare la stagione fino ad aprile.
La campagna è un prodotto importante nell'offerta turistica di Pavia, considerata il "giardino" della Lombardia proprio per i sui ampi spazi verdi e per un paesaggio molto vario, ma è evidente che soffre la stagionalità, e non è ancora in grado diversificare la sua offerta al di fuori dei periodi più favorevoli a livello climatico. Comunque, con una occupazione invidiabile pari quasi alla metà della capacità ricettiva, risulta in media con i valori regionali.
Sotto tono appare invece il comparto termale con valori inferiori all'andamento medio provinciale e in calo rispetto al 2008 del 7% a riconferma del fatto che nel periodo invernale l'offerta non è sufficientemente attrattiva e soffre della competitività di località regionali ad offerta maggiormente integrata con il territorio. Il termalismo provinciale registra però un segno positivo nel periodo pasquale, in cui un'offerta specializzata e pacchetti promozionali specifici consentono a questo prodotto di raggiungere un picco isolato nel livello di occupazione (71,7%) che eguaglia il primato della città.
Per quanto riguarda le strutture ricettive, oltre agli hotel che risultando legati all'andamento della città sono sempre occupati per la metà della loro capacità ricettiva, appaiono in difficoltà Bed&Breakfast e agriturismi, questi ultimi con valori addirittura dimezzati rispetto allo stesso periodo del 2008, sintomo di un prodotto-campagna che, come già osservato, soffre molto l'inverno.

Risulta sempre consistente la domanda interna proveniente da turisti italiani (73,1%), che segna addirittura un aumento rispetto al 2008, e che vede crescere anche la permanenza media (3,4 notti nel 2009, 2,7 nel 2008), seppur più breve degli stranieri (4 notti). Nel "sentiment" degli operatori l'andamento rispetto all'anno scorso è segnato dalla stabilità (intorno all'80%): un dato molto positivo in un momento di congiuntura estremamente incerto. Gli stranieri addirittura crescono nelle città (nel 18% delle imprese), soprattutto grazie ai B&B (il 18,8% dei quali indica un aumento). Per gli italiani, le preoccupazioni dell'inverno lasciano posto ad una certa aspettativa per il periodo primaverile soprattutto per quanto riguarda l'extralberghiero, per cui le previsioni sono addirittura di crescita del mercato domestico (8,8%) a fronte di una stimata riduzione del turismo straniero.
Molto ampia la fascia degli habituè (oltre il 40% del totale) maggiormente legati a città e hotel a tre stelle. La clientela, inoltre, è composta in prevalenza da famiglie e coppie, ed è notevole anche il numero dei single (14%). I business traveller in questo periodo rappresentano circa il 28% della clientela che alloggia nelle strutture pavesi.
Se l'uomo d'affari è maggiormente presente in città (45,9%) e alle terme (36%), ricercando strutture ricettive di qualità superiore, tra i turisti "leisure", le famiglie e le coppie prediligono montagna e campagna scegliendo agriturismi i primi e B&B i secondi. I single presenti in maniera più consistente alle terme alloggiano più che altro in alberghi di categoria inferiore.

Se nell'inverno 2008 il ricorso all'intermediazione aveva garantito valori di saturazione della ricettività molto elevati, nel periodo invernale del 2009 non è andata proprio così. In primo luogo, sembra essersi ridotta la fiducia degli operatori ricettivi verso gli intermediari, tanto che la percentuale di strutture che si affida alla commercializzazione ad opera di esterni (28,8%) è molto più bassa rispetto alla media Lombardia (35,9%). Altro dato da rilevare è che in larga parte gli operatori di riferimento sono comunque dettaglianti (agenzie di viaggio, 71,3%), mentre i tour operator sono citati in appena un quarto dei casi. La debolezza di questo rapporto si riflette anche nei risultati che spesso vanno a favore di chi agisce in modo indipendente direttamente sul mercato. Oltre allo scarso ricorso all'intermediazione si denota anche una debole propensione da parte degli operatori ad offrire ai clienti la possibilità di prenotare attraverso internet: solo il 61,9% (ovvero circa il 10% in meno del valore medio regionale) su cui incidono negativamente i prodotti terme e campagna.
Corrispondentemente, il turista presente sul territorio pavese organizza il soggiorno in modo indipendente: solo il 6,7% ha acquistato pacchetti in particolare in campagna, valore nettamente inferiore al dato 2008 (praticamente dimezzato) che deve far riflettere. In parallelo risulta anche scarso il ricorso alla prenotazione on line (con un 25,6% lontano dalla media italiana che è pari al 40,6%) mentre viene privilegiata l'e-mail. Le uniche strutture che dimostrano investimenti nella commercializzazione attraverso internet appaiono le poche realtà extralberghiere, con un alto tasso di prenotazione direttamente tramite il proprio sito, e gli hotel a 4 stelle che si appoggiano a grandi portali. Secondo i gestori, circa il 20% della clientela è motivata da attività sportive. Nella maggior parte dei casi si tratta della clientela degli hotel a 4 stelle, che probabilmente offrono la scelta più ampia di servizi sportivi.

FOCUS

Il turismo di eccellenza: premiate 74 imprese

Il Marchio di Qualità Ospitalità Italiana

Il Marchio di Qualità Ospitalità Italiana è un progetto iniziato nel 2005 per creare una certificazione della qualità del servizio offerto da alberghi, ristoranti e agriturismi. La Camera di Commercio di Pavia ha deciso di proseguire il progetto avviato con IS.NA.R.T. (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) e giunto alla sua quinta edizione. L'idea di promuovere un Marchio di qualità per le imprese turistiche si inserisce in un'ottica di miglioramento continuo dell'ospitalità nelle località vocate della provincia, per rispondere meglio alle aspettative e ai bisogni dei clienti italiani e internazionali. Sono 74 le imprese turistiche che son state premiate quest'anno, durante la giornata di premiazione ufficiale lo scorso 15 giugno 2009. Le 74 strutture certificate sono: 15 alberghi, 37 ristoranti e 22 agriturismi. Il prezioso riconoscimento vale per tutto il 2009 e attesta l'eccellenza del servizio offerto al turista. New entry nella classifica dei migliori, 2 alberghi e 6 ristoranti, che ricevono il riconoscimento per la prima volta.

Alberghi

Il Castello di San Gaudenzio – Cervesina. Hotel I Diamanti – Garlasco. Dreamotel – Montebello della Battaglia. Hotel Locanda Montescano – Montescano. Albergo San Michele – Mortara. Hotel Moderno – Pavia. Hotel Rosengarten – Pavia. Albergo Ristorante Selvatico – Rivanazzano. Hotel Clementi – Salice Terme. President Hotel Terme – Salice Terme. Hotel Villa Dei Tigli – Salice Terme. Antica Torre Viscontea – San Genesio ed Uniti. Plaza Hotel – San Martino Siccomario. Petit Hotel – San Martino Siccomario. Hotel Italia – Stradella.

Ristoranti

Al Melograno – Broni. Ponte Sesia – Candia Lomellina. Ristorante Bazzini – Canneto Pavese. Chierico – Carbonara al Ticino. Ristorante Ai Colli Di Mairano – Casteggio. Hotel Ristorante Le Gronde – Cava Manara. Ristorante Mira – Cergnago. Il Castello di San Gaudenzio – Cervesina. Trattoria Da Lina – Cervesina. Ristorante La Gèra – Confienza. Cascina Casareggio – Fortunago. Le Rubinie Del Po – Linarolo. La Verde Sosta – Montecalvo Versiggia. Prato Gaio – Montecalvo Versiggia. Locanda Montescano – Montescano. Colombi – Montù Beccaria. Albergo Ristorante Bottala – Mortara. Ristorante Il Cuuc – Mortara. Trattoria Guallina – Mortara. Antica Osteria Del Previ – Pavia. La Locanda Della Tradizione – Pavia. Locanda Del Carmine – Pavia. Osteria Della Darsena – Pavia. Osteria La Torre Degli Aquila – Pavia. Ristorante Novecentoundici – Pavia. Sapori Piacentini – Pavia. Albergo Ristorante Selvatico – Rivanazzano. President Hotel Terme – Salice Terme. Ristorante Enoteca Il Caminetto – Salice Terme. Stazione Di Salice – Salice Terme. Antica Posteria Dei Sabbioni – San Martino Siccomario. Giannino – San Martino Siccomario. Ristorante Sasseo – Santa Maria della Versa. Kanaia– Sartirana Lomellina. Più e Più La Pizzeria – Torricella Verzate. Ristorante Pizzeria Primavera – Vigevano. Ponte Rosso – Voghera.

Agriturismi

Paideia – Borgo Priolo. Agriturismo Vanetta Tania – Campospinoso. Agriturismo Il Borgo – Canevino. Granai Certosa – Certosa di Pavia. Agriturismo Maccarini – Fortunago. Castello di Stefanago – Fortunago. Agriturismo Raimondi – Garlasco. Agriturismo La Vecchia Stalla – Giussago. Agriturismo Sant'Andrea – Gropello Cairoli. Cascina Venesia – Mezzanino. Agriturismo Cella di Montalto – Montalto Pavese. Az. Agr. Casa Ré – Montecalvo Versiggia. Andi Fausto – Montù Beccaria. Agriturismo Campalbino – Ponte Nizza. Agriturismo Corte Montini – Santa Giuletta. Ca' Versa – Santa Maria della Versa. Azienda Agrituristica Sant'Antonio – Stradella. Agriturismo Cascina Legra – Val di Nizza. Agriturismo La Collina degli Aceri – Val di Nizza. Agriturismo La Sorgente – Varzi. Agriturismo Val Tidone Verde – Zavattarello. La Casa Dei Nonni – Zenevredo.

Milano-Portofino su due ruote

Il lavoro di tessitura è complesso: le province di Pavia, Piacenza, Genova e Alessandria e i tre Parchi regionali attraversati (il Parco Lombardo della Valle del Ticino, il Parco del Monte Antola e quello del Monte di Portofino).

L'obiettivo, nato da un progetto dell'assessorato al turismo della Provincia di Pavia, però è ambizioso: si tratta di unificare i vari tratti di un percorso esistente per creare un grande circuito (163 Km) che possa portare turisti in bicicletta da Milano a Portofino, creando una vera Via Verde lungo le tappe Milano, Pavia, Varzi e l'alta Valle Staffora, l'antica Via del Sale e i Parchi Regionali della Valle del Ticino, del Monte Antola e del Monte di Portofino.

L'itinerario della Via Verde si sviluppa per 163 Km ripartiti in 5 tappe:

1. Milano - Pavia/Pavia - Voghera (tratto intermodale bici + treno);
2. Voghera - Varzi;
3. Varzi - Capanne di Cosola;
4. Capanne di Cosola - Torriglia;
5. Torriglia - Portofino.

Un viaggio (lento) per il Parco del Ticino

di Milena Bertani - Presidente del Parco del Ticino

FOCUS

"Forse uno dei nostri compiti più urgenti consiste nell'imparare di nuovo a viaggiare, eventualmente nelle nostre immediate vicinanze, per imparare di nuovo a vedere". Anche noi abbiamo la stessa visione di Marc Augè ed è per questo che, tra le tante forme oggi in uso per conoscere un territorio, abbiamo pensato ad un viaggio per il Parco del Ticino. Il viaggiar lento è il miglior modo per far scoprire un territorio ricco e vasto come il nostro e costituisce un modo per creare una nuova solidarietà sociale nel rapporto città-campagna. La lentezza, nella nostra concezione, non rappresenta un limite ma è una risorsa che si traduce nella capacità di vivere a una diversa velocità.
Assume un ruolo fondamentale per scoprire il "senso del viaggio": rappresenta infatti un'occasione di conoscenza, di vivere nuove esperienze, di fare nuovi incontri. Ambiente, paesaggio, natura e cultura diventano sempre più componenti fondamentali dell'esperienza di vacanza. Il turismo lento indica che esiste un'altra modalità di sperimentare il territorio che ci circonda, così che la lentezza, la pausa, il sintonizzarsi con i ritmi della natura, il far niente quando le circostanze lo consentono o lo richiedono, non rappresentano "tempo perso", ma il modo per ritrovarsi con se stessi e con gli altri in un contesto piacevole. Oggi più che mai cresce l'importanza delle radici territoriali, importante strumento di conoscenza della storia e dell'esperienza, unica e irripetibile, di un popolo e di un territorio. Per contrastare lo spaesamento - la perdita di competenza dell'abitante sull'abitato - e arginare i "non luoghi" e gli effetti deleteri di "certa" globalizzazione, uno dei pochi strumenti è la messa in valore dell'identità. Diffondere le iniziative e le esperienze nelle quali la cultura del vivere bene e della qualità della vita rappresenta un nuovo modello turistico centrato non più sulla crescita continuata ma sulla qualità della vita: l'ambiente, il patrimonio storico, artistico e culturale, la salvaguardia della valorizzazione delle produzioni tipiche, dei servizi, ma soprattutto le questioni delle identità delle città, del rapporto con gli operatori e i cittadini, dell'accoglienza e dell'ospitalità. Sono proprio le piccole città e i piccoli centri che sanno esaltare la propria propensione al viver bene, che sanno sfruttare i paesaggi e le bellezze naturali, valorizzare l'antico patrimonio artistico e monumentale, che sono sempre più attenti all'ambiente e alla biodiversità come fattori di ricchezza sviluppando una vera imprenditorializzazione del leisure (dal wellness all'agriturismo), che sanno esaltare in ogni modo il gusto della diversità, il gusto dell'immaginazione, il gusto della socialità. Queste azioni - coordinate, condivise e programmate su vasta scala - offrono autenticità, unicità e tradizione. La qualità che riflette le peculiarità del territorio del Parco del Ticino, dei suoi paesaggi, dei suoi sapori, della sua gente e della sua cultura non può essere simile ai "non luoghi" che spesso si trovano nei cataloghi di viaggio e che non hanno caratteristiche distintive neanche passando da una nazione all'altra, da un continente all'altro. Ancorata fortemente al territorio e alle sue tradizioni, la nostra qualità propone un modo di vivere ancora a misura d'uomo, vuole favorire l'osservazione della natura e dei suoi ritmi millenari, coinvolgere il visitatore nel nostro tessuto sociale: quello fatto da gente che conserva gelosamente la propria cultura ed è orgogliosa di farla conoscere al mondo.

Tradizione e sperimentazione è la via del futuro

Il pavese Luigi Duse è vicepresidente del Parco del Ticino da poco più di un anno. Gli abbiamo posto qualche domanda.

Il Parco come risorsa economica e turistica è un approccio che ancor oggi non convince alcuni ambientalisti puri. Che ne pensa?

"La conservazione e la tutela della biodiversità è e deve rimanere centrale, ma va affiancata alla valorizzazione turistica. Ciò va fatto con intelligenza e preservando le zone ad alto rischio e di maggior pregio, ma l'immagine di una 'teca' inaccessibile è superata".

Ma qui da noi, in provincia di Pavia, cosa vuol dire?

"Vuol dire un rapporto saldo con le comunità locali per sperimentare modelli innovativi di sviluppo pur con finanziamenti sempre più ridotti; valorizzare le culture e le tradizioni territoriali; coinvolgere chi può trarre giovamento da sinergie positive come le associazioni degli agricoltori e dei ristoratori; vuol dire convogliare in modo intelligente i soldi delle compensanzioni ambientali.

E in pratica?

"In pratica, percorsi di mobilità dolce, un'idea di turismo slow e di qualità, la valorizzazione dei prodotti a marchio e l'investimento anche economico affinché si possano sviluppare e promuovere competenze manageriali anche interne al Parco e nei territori interessati. Insomma personale che ci crede e che è preparato per questo 'salto' culturale".

Un sogno e un impegno 'di mandato' per il nostro territorio?

"L'anello ciclabile Pavia-Bereguardo sulle due sponde e forse, insieme ai sindaci e con i soldi della compensazione (definizione quantitativa economica e sociale del danno arrecato all'ambiente) di Terna, ce la faremo".

L'esperto/1: a Pavia il turismo familiare

Roberto Daneo: "Un nuovo sistema informativo turistico"

"Il vero cambio di prospettiva, anche nel turismo, si ha quando l'attenzione viene rivolta al target e non solo al prodotto". Parola di Roberto Daneo, già consulente per l'evento Olimpiadi invernali di Torino e Direttore del Comitato responsabile per la candidatura Expo di Milano. Oggi Daneo è il consulente che affianca la Segreteria Tecnica per il gruppo di lavoro sull'Expo di Pavia, incaricato della stesura del Dossier "Pavia per l'Expo 2015". Ma non solo: in questo periodo Roberto Daneo è anche consulente per un progetto di Unioncamere sul tema del Turismo, un progetto al quale ha aderito naturalmente anche la Camera di Commercio di Pavia.

Dunque dottor Daneo, di che cosa si occupa il progetto di Unioncamere?

"Lo scopo è quello di promuovere azioni pilota nell'ambito della filiera turistica. Si tratta, cioè, di individuare progetti che si possano sviluppare con il concorso di pubblico e privato per il lancio e il consolidamento di diversi prodotti turistici".

In concreto, quali sono le tappe del lavoro?

"Il lavoro si divide in tre fasi. La prima, che si è già svolta, è una fase informativa. Un seminario per sviluppare la conoscenza del mercato turistico a tutti gli operatori e agli enti interessati. A Pavia, questo seminario si è svolto il 5 maggio. La seconda fase consiste in un laboratorio, in cui si analizzano i casi concreti e si individuano le strategie possibili per agire, in base alle necessità territoriali. Ed anche questa fase si è appena conclusa: a Pavia il laboratorio si è tenuto il 9 luglio scorso. Ad esso hanno partecipato, sotto il coordinamento della Camera di Comercio, tutti gli enti, le associazioni e gli operatori privati che hanno a che fare con la filiera del turismo".

Che cosa è emerso?

"Si è deciso di puntare alla realizzazione di un sistema informativo (portale Web, pendrive da distribuire, depliant, infopoint, etc.) reperibili negli hotel, negli IAT e in tutti i punti in cui i turisti possono passare. L'idea è quella di non puntare - per ora - su un turista completamente nuovo, ma di consolidare chi già è passato qui almeno una volta, anche per affari".

E la terza ed ultima fase?

"L'ultima fase è quella attiva, in cui si realizza il progetto pilota individuato e si stende nei minimi particolari il piano di azione. Questa fase porta al momento dell'uscita dei bandi regionali a sostegno delle attività turistiche. Che sarà già a fine luglio".

A suo parere, tra gli ambiti individuati, quali sono quelli più strategici su cui Pavia dovrebbe o potrebbe puntare?

"Io credo che il turismo familiare, che coinvolge quindi strutture ricettive come gli agriturismi o i bed and breakfast, magari dotati di un marchio di qualità serio e severo, sia una buona strada. Quello turismo familiare è un concetto che sposta l'attenzione su un target di turisti e non più solamente sul prodotto che si vuole lanciare sul mercato".

Ci può spiegare meglio?

"Io individuo il tipo di pubblico che voglio portare a Pavia, comprendo che quel tipo di turismo si adatta alle mie esigenze e alle mie possibilità. Ed allora, come secondo passo, si comincia a lavorare per individuare servizi e prodotti che siano ideali per quel tipo di turista. Se parliamo di famiglie, possiamo immaginare che un agriturismo si doti di dieci passeggini (per fare un esempio), in modo tale che se una famiglia con due bambini piccoli viene dalla Germania non debba necessariamente caricarsi tutto in automobile. Poi ci dovranno essere gli scaldabiberon, uno spazio giochi per i piccoli, un servizio di baby sitter. Piccole cose, ma che fanno la differenza e rendono un servizio perfettamente a misura di turista, pur non essendo quella dell'agriturismo, una proposta di per sé troppo innovativa o originale. Ma il ragionamento è poi molto più ampio".

In che senso?

"Nel senso che coinvolge tutta la filiera. Per esempio: se voglio sviluppare le Terme di Salice, sapendo che - almeno in certi periodi dell'anno - saranno frequentate da persone di una certa età, devo pensare a come collegare il paese con gli aeroporti e le città maggiori. Collegamenti rapidi e diretti. Di più: per ogni prodotto turistico che voglio valorizzare, devo sapere come i potenziali visitatori si informano. Come e dove. Come fanno a prenotare, a chi si rivolgono e con quali mezzi. Spostare il focus sul target, migliora anche la qualità dell'offerta e migliora il prodotto finale che proponiamo".

L'esperto/2: Il web è sempre più centrale

Claudio Visentin: "Fidelizzare i visitatori"

FOCUS

"Avere cura della propria identità". E' questo uno dei punti da cui il turismo pavese può ripartire. Parola di Claudio Visentin, professore di Storia del turismo all'Università della Svizzera italiana, studioso di nuovi stili di viaggio (è fondatore della Scuola del Viaggio), di cui scrive sulle pagine del domenicale del Sole 24 Ore e sul settimanale svizzero Azione.

Professore, esistono luoghi "fortunati" per il turismo e altri meno. E' solo una questione di bellezza dei luoghi o anche di tradizione e di marketing?

"Un luogo diventa turistico a due condizioni: la prima è che il pubblico sappia della sua esistenza, e ciò presuppone un'attività di comunicazione. Un luogo sconosciuto non svilupperà mai turismo. Ma occorre anche dargli un senso, spiegare quali esperienze si possono fare in quella destinazione, avendo cura che siano attraenti, coinvolgenti. Quindi il potenziale di partenza è senza dubbio importante - bellezza, qualità della vita e dell'ambiente, memorie storiche - ma questa è una premessa necessaria e non sufficiente. La montagna, per fare un esempio, era percepita come un luogo ostile, da evitare, prima che la nuova proposta degli sport invernali la rendesse attraente".

Turismo religioso, culturale, per famiglie, turismo enogastronomico... Quali sono le migliori strategie di promozione?

"Il turismo fatica a trovare risorse per grandi campagne di comunicazione, è quindi inevitabile ricorrere ad una molteplicità di canali. Nei confronti di target raffinati, quali quelli proposti, paga un solido lavoro di lungo periodo e un'attenzione costante alla qualità della vita sul territorio. Non si tratta solo di incrementare i flussi sul breve periodo, quanto di renderli permanenti nel tempo. Dal punto di vista tecnico occorre considerare due elementi, che mescolano tradizione e innovazione. Il primo è la costante efficacia del passaparola, che resta il cardine della promozione turistica: un turista soddisfatto diventa spontaneamente un fattore di promozione per il territorio che l'ha accolto. Il secondo elemento è la nuova centralità del web nella comunicazione turistica. Il turismo è stato il primo, e per certi aspetti anche l'unico settore, ad essere rinnovato alla radice dalle nuove opportunità offerte dal web. Ovviamente una strategia di comunicazione attraverso il web è oggi decisamente articolata e passa attraverso canali diversi, dai siti isttuzionali ai social network".

Eccoci al punto: il diritto ad essere informati dei turisti.

"Informare il turista è vantaggioso anche per il territorio. Un turista poco informato semplicemente non inizia nemmeno il percorso verso il consumo turistico. E un turista informato tende a stabilire un rapporto con il territorio che dura e continua nel tempo. Lo strumento principe per l'informazione è appunto il web, avendo cura che il flusso delle informazioni scorra nelle due direzioni, consenta cioè anche al turista di interagire e dare un feedback rispetto alla sua esperienza e alla qualità dei servizi utilizzati".

Circa 11 milioni di tedeschi vengono in Italia per turismo, e rappresentano il 22% del totale. La Lombardia è la quarta regione per incoming di tedeschi. La provincia di Pavia ottiene una piccola percentuale di questo flusso. Com'è possibile migliorare?

"Le città 'minori' possono puntare soprattutto ai visitatori abituali, o a chi torna spesso in Italia, ed è quindi meno attratto dai centri più consacrati. Il turista tedesco è un turista che va messo meglio a fuoco: da quali regioni proviene? Con quale stagionalità si muove? Quali strumenti (per esempio guide) utilizza? E' un turista con il quale occorre aprire un canale di dialogo (con siti Internet dedicati?). Il pubblico tedesco si muove tradizionalmente con una stagionalità più ampia, ed ha particolare interesse per proposte 'verdi': due fattori che giocano a favore di Pavia".

Che cosa suggerirebbe, in generale, ad un territorio come Pavia?

"Nella nuova visione del turismo quel che è buono per il cittadino è buono anche per il turista. Il primo 'turista' infatti è chi sul territorio risiede, e va coinvolto nell'offerta di svago e intrattenimento. Un secondo punto importante è non essere ossessionati dai numeri. Non tutti i turismi sono uguali, e piccoli numeri costruiti intorno a un paradigma di sostenibilità, responsabilità, cultura, possono essere più profittevoli di grandi pubblici che si spostano per eventi effimeri. Senza dubbio va poi sfruttata meglio la vicinanza con Milano. Ma soprattutto raccomanderei ai pavesi di avere grande cura di sé, e specialmente della campagna e della collina: come dire, della propria identità di piccola città - piccola ma importante - circondata da uno scenario di particolare bellezza. Meglio sviluppare un turismo 'dolce', che sia complementare rispetto alle attività agricole e artigianali, piuttosto che protagonista in prima persona. Il turismo infatti dà il meglio di sé quando agisce da integrazione e supporto degli altri settori, quando è complementare e sinergico agli altri comparti produttivi".

FOCUS

Il "sistema Pavia" per il rilancio dell'economia provinciale

a cura della redazione

Una caratteristica della Camera di Commercio di Pavia è quella di intraprendere azioni in stretta sinergia con altri enti e istituzioni: Regione, Provincia, Comuni, Università, associazioni di categoria. L'impulso alle imprese passa per la via dell'innovazione e dell'internazionalizzazione sui mercati. Ecco alcuni progetti in corso o appena svolti

Premio Imprese innovative

La Camera di Commercio di Pavia, in collaborazione con l'Università di Pavia ha dato il via al secondo bando per il "Premio Imprese Innovative". Nato nel 2008, ed arrivato ora alla seconda edizione, il "Premio Imprese Innovative" è destinato a valorizzare le buone pratiche di introduzione di innovazione in azienda, che hanno concretamente consentito all'impresa interessata di compiere un significativo progresso o di posizionarsi meglio sul mercato di riferimento rispetto ai concorrenti. Il bando è destinato alle imprese nuove o consolidate, regolarmente iscritte al Registro delle Imprese, appartenenti ai diversi settori economici ed aventi sede o unità locale sul territorio della provincia di Pavia. Per partecipare all'iniziativa, è necessario compilare in ogni sua parte la proposta di candidatura scaricabile dal sito www.pv.camcom.it.

L'invio delle candidature deve essere effettuato, entro e non oltre le ore 12.00 del 30 settembre 2009 (al fine di stabilire la data di presentazione farà fede, rispettivamente, la data del protocollo camerale o la data di spedizione della raccomandata) al seguente indirizzo: Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia, Via Mentana, 27 - 27100 Pavia. Segnalazioni delle imprese innovative possono essere avanzate anche dalla stessa Camera di Commercio, dall'Università, dalle Associazioni imprenditoriali o direttamente dalle imprese. Il Premio prevede l'istituzione dei seguenti riconoscimenti: n. 12 medaglie d'oro del conio camerale e diploma di riconoscimento per le imprese innovative; n. 10 riconoscimenti in denaro del valore lordo di euro 2.500 ciascuno per i giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni che hanno realizzato l'innovazione direttamente come imprenditori o hanno comunque avuto un ruolo significativo nella realizzazione dell'innovazione per l'impresa; n. 1 premio del valore lordo di euro 5.000 per uno spin-off accademico d'eccellenza.

Club delle imprese esportatrici

Sul versante dell'internazionalizzazione ci si è posti l'obiettivo di informare e sensibilizzare un numero crescente di imprese con la costituzione del "Club delle imprese esportatrici", strumento di aggregazione, crescita e confronto imprenditoriale.

L'internazionalizzazione delle imprese costituisce, infatti, un primario fattore di competitività e sviluppo. Per questo motivo la Camera di Commercio di Pavia ha, tra i suoi principali obiettivi, quello di sostenere il più possibile l'apertura verso i mercati esteri delle imprese del proprio territorio. La Camera di Commercio, quindi, intende favorire l'attenzione e la sensibilità delle imprese anche coinvolgendole in un'attività periodica e continuativa nel tempo che possa favorire il dialogo e il confronto delle esperienze nei rapporti con l'estero, l'acquisizione di informazioni specifiche sui diversi aspetti della tematica, la conoscenza reciproca.

Il Club delle Imprese Esportatrici prevede che la Camera di Commercio ospiti gratuitamente incontri periodici (alcuni sono già stati organizzati), alla presenza di un relatore capace di trasferire informazioni utili e aggiornate sulla materia e di stimolare il confronto di opinioni tra imprese partecipanti. Durante le riunioni vengono di volta in volta affrontati argomenti quali Contrattualistica internazionale; Tutela internazionale della proprietà industriale e intellettuale; Fiscalità comunitaria e internazionale; Trasporti internazionali; Pagamenti internazionali; Regole e problematiche doganali; il Made in Italy; Certificazioni merceologiche per paesi terzi e normative import export.

Premio Imprese internazionali

Attraverso lo sviluppo internazionale l'impresa si apre non solo a nuovi mercati e clienti, ma anche a nuove opportunità di fare business, a nuove conoscenze e strumenti di comprensione e gestione di realtà complesse.

In considerazione del ruolo svolto dalla capacità di svilupparsi sui mercati internazionali – volano per la crescita dell'intera imprenditorialità locale – pare ora opportuno istituire anche un Premio finalizzato a valorizzare le buone pratiche di internazionalizzazione attiva e passiva, che concretamente consentano di compiere un significativo progresso o di meglio posizionarsi sul mercato di riferimento rispetto ai concorrenti, creando valore e sempre maggiore attrattività per il territorio.

Il Premio intenderà offrire un pubblico riconoscimento alle imprese locali che rappresentano esperienze di eccellenza nei processi di internazionalizzazione, con particolare riferimento all'intensità di crescita di tali processi, ai mercati di riferimento e alle forme di esportazione (diretta e indiretta, creazione di insediamenti commerciali e filiali estere, accordi di collaborazione finalizzati alla esplorazione e sfruttamento di nuove opportunità).

Un'attenzione particolare, fra i criteri di selezione, sarà dedicata al ruolo delle nuove giovani imprese.

Una sezione del Premio sarà inoltre riservata a casi di imprese estere che abbiano investito nel territorio pavese e che saranno valutate sulla base dell'entità e dello sviluppo dell'investimento nel tempo, della tipologia di attività e della capacità di fare sistema, attraverso accordi, progetti e partnership con imprese e istituzioni locali.
Il Premio sarà rivolto ad imprese nuove o consolidate, regolarmente iscritte al Registro delle Imprese appartenenti ai diversi settori economici ed aventi sede o unità locale sul territorio provinciale. E' prevista l'istituzione di un riconoscimento consistente in una medaglia d'oro del conio camerale e in un diploma, fino ad un massimo di 10 medaglie e diplomi da assegnare ai primi classificati.

L'Accordo di programma

Nel 2006 il Sistema delle Camere di Commercio lombarde, con il coordinamento di Unioncamere, ha messo a punto e sottoscritto un "Accordo di Programma", con la Regione Lombardia, finalizzato al sostegno dello sviluppo economico e della competitività. La durata dell'Accordo (ADP) è già stata prevista almeno per tutto 2010 e le risorse complessivamente messe a disposizione dagli Enti sottoscrittori, inizialmente pari a 62,80 milioni di euro, sono andate progressivamente aumentando, fino agli attuali 83 milioni.
Lo spirito con il quale si è voluto sottoscrivere l'ADP è infatti quello di un consolidamento legato al progressivo incremento ipotizzato per le risorse economiche a disposizione, ma soprattutto assicurato dalla flessibilità con la quale tutti gli attori sul territorio si impegnano a monitorare continuamente i risultati di ogni singola iniziativa nell'ottica di meglio precisare obiettivi e metodologie per ogni progetto da finanziare successivamente.
In provincia di Pavia, in particolare, le realizzazioni pratiche sono state una serie di bandi per contributi alle micro, piccole e medie imprese, che hanno partecipato a fiere all'estero e/o attivato contatti con partner esteri; che hanno avviato progetti di innovazione; che hanno dato vita ad iniziative di risparmio energetico, di salvaguardia ambientale, di sicurezza sul lavoro; che hanno realizzato interventi di conservazione o sviluppo di esercizi commerciali tradizionali.
Ma non solo: sono stati anche finanziati grandi progetti di sviluppo di un intero territorio. L'esempio più eclatante è il progetto "A.C.T. Le Porte della Valle Staffora".

Le porte della Valle Staffora

Voghera, Rivanazzano e Godiasco sono 3 comuni contigui che, lambiti dal fiume Staffora, rappresentano la "Porta di Accesso" all'omonima valle e a tutto un territorio rinomato per i prodotti enogastronomici e per la propria attrattiva turistica. La consapevolezza delle grandi potenzialità ancora non pienamente sfruttate, ma anche delle difficoltà oggettive che interessano il contesto economico-sociale locale, ha spinto la Camera di Commercio di Pavia, la Regione Lombardia, le amministrazioni dei tre comuni, le associazioni di promozione locale e dei commercianti a condividere un progetto per valorizzare al meglio le risorse di questa zona.
Denominata "Le Porte della Valle Staffora", l'iniziativa è stata strutturata come un progetto integrato per la riqualificazione del tessuto commerciale e turistico del territorio con la partecipazione congiunta di soggetti pubblici e privati, articolato sulla base di una serie d'interventi tra loro complementari, tesi a rilanciare e valorizzare lo sviluppo della competitività del tessuto economico-sociale dei tre comuni della bassa Val Staffora.
L'iniziativa ha fatto leva su una strategia nuova per il territorio, in grado di concentrare più risorse appartenenti a programmazioni diverse, con la presenza di una pluralità di attori. Grazie a questa partnership è stato pubblicato un bando da 600.000 euro per il sostegno alle piccole e medie imprese del commercio per interventi di riqualificazione.
Parallelamente sono stati messi in cantiere altri interventi ad ampio respiro quali la realizzazione di un nuovo Info Point sulle eccellenze territoriali, nuovi gazebo per promozione prodotti locali, riqualificazione giardini, aree verdi e dell'ambiente in genere, riqualificazione urbana del centro città e l'avvio di un progetto integrato di manifestazioni ed eventi.

Il distretto del vino

Uno dei risultati più importanti del 2008, tra le attività svolte in sinergia tra enti, è senza dubbio l'avvio del percorso per la nascita del "Distretto del vino".
Tra Provincia di Pavia – Assessorato Politiche Agricole Faunistiche e Naturalistiche, Camera di Commercio, Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, Confederazione Italiana Agricoltori, Federazione Provinciale coltivatori Diretti e Unione Agricoltori della Provincia di Pavia è stato siglato un "Protocollo d'intesa per la definizione di un Comitato promotore per la costituzione di un Distretto del vino nell'Oltrepò Pavese". Nella stesura del Protocollo, si è partiti da una constatazione unanime: l'economia dell'Oltrepò Pavese è fortemente caratterizzata dal comparto vitivinicolo e dal suo vasto indotto: sul territorio, che ha 13.000 ettari a vigneto e vede una produzione di oltre 850.000 quintali di uva, sono presenti – oltre a circa 4.500 aziende vitivinicole – anche importanti realtà industriali, cooperative e societarie come, ad esempio, le cantine sociali, uno storico e attivo Consorzio di tutela, un importante centro di studio e ricerca dell'ERSAF, un noto Istituto tecnico agrario, ed è in via di costituzione l'enoteca regionale. E così si è decisa la nascita del distretto, attraverso anzitutto un appositodi Comitato promotore, il cui coordinamento sarà affidato alla Camera di Commercio di Pavia.
Le attività previste per il Comitato sono: promozione della definizione di un moderno quadro normativo dei distretti agroalimentari sia a livello nazionale che regionale, con conseguente riconoscimento della peculiare realtà del distretto del vino; predisposizione, condivisione e realizzazione di un progetto comune di fattibilità che definisca le caratteristiche di un "distretto del vino", oltre a natura giuridica, finalità, organizzazione e risorse di un possibile soggetto deputato al coordinamento dell'intera filiera; definizione dell'eventuale soggetto capofila e/o delle modalità procedurali e operative per la gestione della fase di avvio del progetto di distretto, fino alla presentazione dell'iniziativa, per l'approvazione ed i finanziamenti, alla Regione Lombardia ed al Ministero delle Politiche Agricole.

Dall'Accordo di Programma del 2006, siglato con la Regione Lombardia, sono scaturite molte iniziative, come il progetto per la Valle Staffora. E' del 2008, invece, l'avvio dell'iter per un distretto del vino

La provincia di Pavia, laboratorio dei giovani

di Vittorio Poma - Presidente della Provincia di Pavia

Dalla strategia di Lisbona sul fronte delle politiche giovanili si sono dipartite azioni di lavoro che i Governi hanno poi declinato. Per l'Italia il Ministero della Gioventù, nell'ambito di accordi fatti con le Regioni, ha dato il via all'esecuzione del Patto Europeo della gioventù. La Regione Lombardia ha quindi istituito il bando "Nuova generazione di idee. Le politiche e le linee di intervento per i giovani di Regione Lombardia", all'interno del quale il Progetto Integrato presentato dalla Provincia di Pavia - ente capofila di una rete articolata di partners pubblici e privati - è stato approvato.

Si tratta di "Crescere insieme per crescere tutti: il territorio della provincia di Pavia laboratorio dei giovani", un piano di interventi che durerà fino al 2010 e che vede insieme il Comune di Pavia, il Comune di Vigevano, il Comune di Voghera, il Comune di Siziano, il Comune di Sannazzaro de' Burgondi, il Comune di Stradella, l'Università degli Studi di Pavia, il Centro Servizi Volontariato di Pavia, la Fondazione Adolescere di Voghera, la Rete delle Scuole – "I.T.I.S. Cardano" di Pavia e anche la Camera di Commercio.

Dunque ancora una volta tra Provincia e territorio, e con la Camera di Commercio, si potenzia un lavoro comune volto a tradurre concretamente il concetto per cui la nostra provincia possa essere "laboratorio dei giovani".

Titolo del progetto infatti e quadro di riferimento delineato danno l'idea della ricchezza dello sfondo e della stimolante complessità (che è anche una scommessa) delle azioni in fieri.

Si tratta di una sintesi delle progettazioni espresse a livello locale dalle diverse realtà presenti sul

territorio provinciale. I soggetti che il bando qualifica come partner infatti a loro volta raccolgono altre realtà pubbliche e private in una logica di rete rappresentativa dei più significativi soggetti del bacino complessivo della provincia di Pavia. Gli enti locali ben rappresentano le tre aree del pavese, della Lomellina e dell'Oltrepò. Se infatti da un lato il Progetto Integrato si configura come modello che, grazie alla rete dei partner, va ad implementare un sistema permanente di servizi ed opportunità, dall'altro il progetto ha soprattutto come finalità quella, nel valorizzare le singole articolazioni in azioni-interventi dei soggetti partner, di portare a sistema un modello che abbia realmente al suo interno le strategie di innovazione, sperimentazione, empowerment territoriale e conoscenza; strategie che per stare ad una possibile metafora si configurano come quattro ruote motrici di un'automobile (l'insieme di progetti, e dunque l'insieme delle singole mission dei soggetti partner) alla cui guida sta il giovane, lungo una strada che è quella tratteggiata dalla Regione nella costituzione delle linee guida e conseguentemente della Provincia di Pavia, capofila pubblico del Partenariato espresso dal territorio pavese (la vision appunto).

I singoli soggetti si sono costituiti come rete forte e concretamente attiva, e non come una generica somma di realtà tra loro non comunicanti o deboli e senza identità. La scommessa di questa progettazione è stata ed è tutta nella reale collaborazione che si è instaurata tra entità, tutte fortemente connotate, e che hanno ben inteso quanto fosse strategico collaborare ed integrarsi. Il rispetto delle singole azioni di lavoro in una logica però di crescita condivisa nei metodi e negli strumenti, è la migliore garanzia di un proficuo percorso che si rivolge ai giovani ponendoli al centro del nostro interesse e delle nostre politiche. Sette nello specifico le azioni previste. Da un lato i filoni di intervento principali attuati nei diversi territori sono rappresentati dalle azioni gestite dai singoli partner: realizzazione di spazi per i giovani; creazione e sperimentazione di laboratori espressivi e specialistici; applicazione delle nuove tecnologie mediatiche alla partecipazione e al protagonismo giovanile; condivisione, messa in rete e potenziamento delle opportunità per i giovani offerte dalla Unione Europea; promozione dei servizi dedicati alla capacità imprenditoriale dei giovani; promozione dello sport educativo; realizzazione di laboratori per lo sviluppo di lifeskills e della capacità imprenditoriale dei giovani.

Dall'altro, con il coinvolgimento di tutti i partner e attraverso la principale funzione della Provincia in qualità di ente capofila, si lavora

"Crescere insieme per crescere tutti" è il nome di un Progetto Integrato nato da una collaborazione tra enti territoriali, inclusa la Camera, ma anche con soggetti privati. Obiettivo: riunire le singole azioni

sulla circolazione delle buone prassi all'interno dell'insieme organico di servizi, strumenti, strutture ed esperti dei giovani e per i giovani messi a sistema e a disposizione del territorio, in un'ottica di mutuo scambio capace di coinvolgere l'intero reticolo istituzionale e privato.

Vale la pena in questa sede sottolineare il compito svolto dalla Camera di Commercio: soprattutto nell'ambito della promozione di servizi dedicati alla capacità imprenditiva dei giovani, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio Paviasviluppo, nel suo ruolo di referente per i rapporti con le istituzioni e le imprese, collabora con il sistema istituzionale pubblico, con le scuole e con le associazioni di categoria nella progettazione ed organizzazione di iniziative di formazione e orientamento all'autoimprenditorialità e nella realizzazione di programmi di formazione, specializzazione e aggiornamento rivolti ai giovani per facilitarne l'inserimento nelle imprese.

La predisposizione delle azioni comuni confluite nel Progetto Integrato è stata concepita proprio tra Provincia e Paviasviluppo, e prevede tra le altre cose la segnalazione del Corso "Tecniche di gestione del lavoro autonomo" realizzato per gli studenti della facoltà d'ingegneria da parte della web-tv dell'Università di Pavia (web-tv attivata grazie al progetto); o il coinvolgimento dei referenti del progetto al seminario di orientamento "Imprenditori Oggi".

Se è possibile allora delineare i tratti connotativi del Progetto Integrato, due sono le componenti fondamentali della progettazione vista nel suo complesso: la prima si può sintetizzare nell'obiettivo educativo, che fa proprio riferimento al programma "Nuova generazione di idee. Le politiche e le linee di intervento per i giovani di Regione Lombardia", cioè lo sviluppo delle "competenze alla vita" dei giovani apprese in ambiti complementari ai sistemi educativi e formativi tradizionali.

Queste competenze alla vita, infatti, richiedono di essere declinate, divulgate, esemplificate nelle famiglie, nelle scuole, nei luoghi di lavoro, nell'associazionismo affinché i territori diventino realmente palestre per la crescita dei giovani. Se non si compie questa operazione di consapevolizzazione a partire proprio dai giovani (le fasce più deboli e problematiche della popolazione) e a partire dagli ambiti primari dei luoghi e dei contesti in cui i giovani stessi vivono, gli stereotipi finiscono per prevalere sulla realtà, diventano pietra tombale della speranza di una realtà migliore, impossibilità a rappresentarsi il futuro diversamente. È così che una provincia attenta dimostra di sapere che lo sviluppo socio economico passa attraverso la rivitalizzazione della cultura educativa.

La seconda componente risiede nell'obiettivo di sistema. La descrizione infatti dei fabbisogni del Progetto Integrato fa emergere chiaramente nelle sue diverse azioni locali una pluralità di esperienze per certi versi disomogenee, talvolta anche dal punto di vista quantitativo come è normale che sia su un territorio quale quello della provincia di Pavia fortemente differenziato in tre aree - Pavese, Lomellina ed Oltrepò, dove all'interno delle tre aree esiste l'ulteriore parcellizzazione di ben 190 comuni che compongono la provincia, molti dei quali con una popolazione residente assai esigua. Detto parenteticamente, questi elementi si traducono molto bene nella rete dei partner del Progetto Integrato, dove insieme ai tre Comuni maggiori della provincia - il capoluogo Pavia, per il Pavese, Vigevano per la Lomellina e Voghera per l'Oltrepò - ci sono altri tre enti locali di medie dimensioni per ciascuna delle tre aree: Siziano (Pavese), Sannazzaro (Lomellina), Stradella (Oltrepò).

I partner del progetto

RegioneLombardia
Giovani

Governo Italiano
Ministro della Gioventù

Fondamento del Progetto Integrato è il principio per il quale le logiche decentrate sono da valorizzare solo nella misura in cui agiscono sì localmente, ma perché pensano globalmente. Secondo una logica istituzionale si fanno così emergere le componenti positive e qualitativamente significative delle singole azioni-intervento, valorizzandone l'aspetto di esperienze consolidate per diffonderle laddove abbiano contenuti che possono diventare patrimonio comune.

Ciò è possibile valorizzando l'aspetto della relazione come motore di lavoro delle singole azioni portate avanti.

Con questa logica, anche il Piano della Comunicazione (portale internet dedicato al Progetto Integrato: www.insiemepv.it, uscite periodiche sui magazine dei partner, utilizzo della web tv dell'Università di Pavia, strumenti audiovisuali che documentino in itinere e per brevi sintesi i momenti più significativi delle azioni condotte singolarmente dei partner, e un mediometraggio finale che invece porti a riflessione l'operato complessivo del P.I.) diviene elemento fondamentale di relazione e comunicazione fra gli attori di progetto e strumento di monitoraggio per l'ente capofila che ne è il realizzatore.

L'accompagnamento costante di quanto accade sul territorio attraverso quegli strumenti di comunicazione, non ha solo un obiettivo documentativo, ma ha anche e soprattutto una finalità di ricerca-azione, di possibilità concreta di far emergere i percorsi attuati, le loro caratteristiche, criticità e punti di forza.

E si torna all'obiettivo di sistema.

Ogni step di questo lungo ma appassionante percorso crediamo possa davvero rappresentare il progressivo avvicinamento ad un traguardo che interessa tutti: perché il "territorio della provincia di Pavia laboratorio dei giovani" non resti un titolo, ma possa tradurre una realtà.

Vinitaly 2009... sempre e di più Pinot Nero

di Eva Trovamala

Più che azzeccato lo slogan che quest'anno ha accompagnato la kermesse di vini più importante d'Italia: Vinitaly, "il mondo che amiamo".

Il vino prima di tutto, ma anche la qualità, il territorio, l'ambiente e la sua tutela, gli uomini e le loro azioni, i paesi e la loro storia.Verona - la città degli innamorati – dal 2 al 6 aprile ha ospitato la 43° edizione di Vinitaly.

Non solo una fiera commerciale, ma un evento assolutamente imprescindibile per gli appassionati del "buon bere e del bere bene", ma anche per tutti coloro che vogliono tenersi aggiornati sulle novità che ogni anno affiorano in campo enologico.

Un Vinitaly da record: 45.000 operatori professionali esteri (contro i 43.000 dello scorso anno), tanto che la 43^ edizione è stata definita la più sorprendente e importante di sempre. Confermata la provenienza da oltre 110 Paesi e alla chiusura della manifestazione il totale complessivo delle presenze ha superato i 150.000 visitatori; gli espositori sono stati oltre 4.200 provenienti da circa 30 Paesi su una superficie di 91.000 mq netti (dati su: Vinitaly.com).

Numeri che fanno riflettere e ben sperare se si guarda alla grave crisi economica di questi ultimi mesi: certo, Vinitaly non ha cancellato la situazione economica che ha messo in ginocchio gran parte del commercio nazionale ed internazionale, ma sicuramente - all'interno della manifestazione fieristica - tra gli operatori e i visitatori si è respirato un forte entusiasmo e la voglia di superare questa crisi.

Significativo, in tal senso, il pensiero di alcuni tra i più importanti e noti imprenditori vitivinicoli italiani

presenti al Vinitaly: "In questo momento è molto più importante seguire ed ascoltare i clienti monitorando le azioni e la quotidianità, piuttosto che preoccuparsi del mercato che va male, ma bisogna credere nella ricerca, nel progresso del settore vitivinicolo e soprattutto nei consumatori che per il vino si sono concessi - e sempre si concederanno - qualche lusso in più".

Infatti - secondo uno studio promosso dal Centro Studi di Veronafiere e condotto dalla Bocconi, Trovato&Partners su 1000 italiani (uomini e donne) dai 18 anni in su - continua ed aumenta la passione per il nettare di Bacco: il 76.3% dice di apprezzare il vino, che per il 42.7% è un'abitudine quotidiana.

Accanto agli abitudinari ci sono poi quelli che non rinunciano ad un buon bicchiere di vino almeno 2 o 3 volte alla settimana (17.3%, soprattutto tra gli under 30). Il vino è per tutti un piacere, sinonimo di socialità, da scegliere rigorosamente in base ai propri gusti (anche se ad essere veramente conosciuti sono i vini del proprio territorio, e non a caso le cantine vicine a casa sono il primo "luogo d'acquisto"), e la discriminante prezzo incide sempre più nella scelta del vino (per il 24%).

Molto interessante infatti la risposta alla domanda "Quanto vorrebbe spendere per una bottiglia destinata al consumo domestico?". Se i veri intenditori di vino, fino all'anno scorso, erano disposti a spendere centinaia di euro per una bottiglia da grandi occasioni, quando si parla di vino da tutti i giorni le cose cambiano parecchio: il 53.1% vorrebbe spendere tra i 2 e i 4 euro, il 17.3% tra i 4.5 e i 6 euro, e solo il 2.6% sarebbe disponibile a spendere tra gli 8 e i 10 euro.

Ecco quindi in sintesi un preciso ritratto del consumatore di vino in Italia, un consumatore attento alla qualità e al mercato, che - gironzolando tra i vari padiglioni del Vinitaly - ha potuto conoscere, gustare ed apprezzare le eccellenze e le novità del mondo vitivinicolo.Sempre molto apprezzato e visitato il settore dedicato ai vini di Lombardia, che anche quest'anno ha ottenuto un incredibile successo. Lo spazio dedicato alla Lombardia è aumentato, arrivando complessivamente a 6700 mq, con le sue 201 aziende partecipanti (il 18% in più dello scorso anno).

Squadra che vince non si cambia e al motto: "Guardate oltre: c'è la Lombardia", le aziende lombarde - rappresentate anche dai rispettivi Consorzi di Tutela - si sono presentate unite all'appuntamento del Vinitaly. Anche quest'anno il PalaExpo (in posizione privilegiata all'ingresso della fiera di Verona) ha ospitato tutti i migliori vini lombardi, dai prestigiosi spumanti di

Franciacorta e Oltrepò pavese, ai rossi della Valtellina, dai vini del Garda, fino a Mantova e San Colombano. Ha dichiarato l'Assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia, Luca Daniel Ferrazzi: "Vinitaly è un appuntamento che come pochi ha la capacità di catalizzare l'attenzione nazionale ed internazionale sul mondo del vino e la Regione Lombardia sa mettere in campo, con sano orgoglio, i suoi prodotti migliori.

Una grande scelta di qualità, anno dopo anno sempre più riconosciuta dagli addetti ai lavori, ma anche particolarmente apprezzata dai consumatori. Un percorso consolidato, che da anni vede il PalaExpo di Verona divenire la casa del 'Made in Lombardia'. Vinitaly è quindi una grande occasione per aumentare la percezione e la competitività dei nostri vini, ma è anche un grande appuntamento culturale" (dichiarazioni da: buonalombardia.it).

Gli fa eco Livio Cagnoni, Presidente di As.co.vi.lo: "Si sta ormai facendo largo il concetto di 'Lombardia terra del vino'. Abbiamo tanti assi nella manica, da giocarci nonostante l'ondata di crisi economica internazionale. Per As.co.vi.lo la soddisfazione di aver portato un grande sistema sotto un unico simbolo, 'Vini di Lombardia', e la convinzione che poter contare su una rete regionale, istituzionale e privata, sempre più efficiente, che non spreca risorse, ma le condivide, ci può far guardare al futuro con positività" (dichiarazioni da: buonalombardia.it).

"Parlare di vini di Lombardia - ha commentato il presidente della Regione Lombardia, Roberto Formigoni – significa, infatti, pensare all'eroica viticoltura della Valtellina, con gli impareggiabili e inimitabili Sforzati, all'eccellenza delle bollicine di Franciacorta ormai padrone incontrastate di ogni brindisi importante, all'unicità dei Pinot neri dell'Oltrepò Pavese".

Continua il governatore lombardo: "Qualità ed eccellenza del prodotto, ma anche professionalità delle aziende sono gli elementi cardine che, da anni, caratterizzano il comparto vitivinicolo lombardo e che sono stati una garanzia di successo anche di fronte all'attuale crisi del mercato. Il settore enologico regionale - ha concluso Formigoni - non solo ha retto bene, ma si è posizionato in prima linea, registrando dati in controtendenza rispetto a quelli di altri comparti produttivi in declino" (dal sito: www.vinoltrepo.it).

Non ha smentito le aspettative l'Oltrepò Pavese, che - seguendo la linea imposta dal direttore Carlo Alberto Panont - è tornato a parlare del più nobile dei vini, il Pinot Nero.Dopo il riconoscimento della prestigiosa D.O.C.G. Metodo Classico, il Pinot Nero si è vestito di rosa dando inizio all'era del "Cruasè", marchio collettivo (di proprietà del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese e ad esclusivo utilizzo delle aziende che rivendicano la denominazione Metodo Classico Rosè) per un rosè unico, che ha tutte le carte in regola per farsi strada sia a livello nazionale sia internazionale.

Un'importante novità, una nuova pennellata di colore per il territorio oltrepadano: nello spazio dedicato all'interno del padiglione dei vini lombardi, il Consorzio si è presentato al pubblico con uno stand tutto rosa, in cui chiunque ha potuto assaporare il gusto brioso ed armonico di questa nuova D.O.C.G. in versione rosè, che da quest'anno, appunto, potrà fregiarsi del marchio "Cruasè" (una parola formata dalla fusione tra "cru", selezione, e "rosè" con l'interposizione di una "a" che fa da congiunzione).

L'Oltrepò Pavese ancora una volta scommette sul Pinot Nero. E quale occasione migliore del Vinitaly per presentare ad un più vasto pubblico di esperti sommelier, giornalisti ed enologi il manuale «Guida all'utilizzo della Denominazione di Origine Pinot nero in Oltrepò Pavese», la più completa raccolta di studi sul Pinot Nero mai realizzata in Italia – frutto di un proficuo e duro lavoro del Consorzio di Tutela Vini Oltrepò Pavese in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano e AGER - che è stata messa a disposizione degli oltre 3.000 produttori dell'Oltrepò Pavese.

Infine, una cosiderazione tratta dalla prefazione al manuale sul pinot nero, curata personalmente dal Direttore del Consorzio Carlo Albero Panont: "Questa pubblicazione racchiude il sentimento di una grande terra dedicata alla vite ed al vino di qualità. Abbiamo raggiunto i 2.800 ha di produzione; l'obiettivo deve essere ambizioso e si pone di arrivare a 4.000 ha di superficie nei prossimi 10 anni. Questa guida ci aiuterà nell'intento con tutto quanto di buono e forte caratterizza il nostro territorio, dalla terra al clima, dal suolo all'acqua, dall'impianto dei vigneti ai cloni, dall'uva al vino. Sono racchiusi ben 25 anni di studi e di esperienze raccolte, condivise e portate a sintesi con le schede per unità territoriali e destinazione enologica. Possiamo dire con orgoglio che mai pubblicazione in Italia ha trattato il Pinot nero con tanta sapienza e competenza, affinchè per tutti noi sia chiaro l'obbiettivo di oggi e di domani che fa dell'Oltrepò Pavese una delle più grandi e importanti Denominazioni di Origine del Pinot nero in Italia e nel mondo".

Un Vinitaly record: 45.000 operatori professionali esteri, contro i 43.000 dello scorso anno, tanto che la 43^ edizione è stata definita la più sorprendente e importante che sia mai stata fatta

Telematizzare le attività inerenti il settore vitivinicolo: ecco la sfida e l'obiettivo prioritario dell'Ufficio Agricoltura della Camera di Commercio di Pavia.

Agricoltura telematica il futuro è già qui

di Eva Trovamala

Snellimento dei tempi, minori costi, minori aggravi per gli utenti e per gli operatori camerali: sono queste le parole chiave che vogliono e devono rappresentare il cambiamento in un settore – quello dell'Agricoltura, per ciò che riguarda la certificazione dei vini a D.O. – che per troppo tempo è rimasto ancorato al lavoro su carta e, di conseguenza, a tempi lunghi di evasione delle istanze. In quest'ottica, la Camera di Commercio si sta impegnando per promuovere e diffondere il più possibile l'utilizzo della pratica telematica, e proprio per questo ha promosso incontri informativi rivolti alle Associazioni di Categoria Agricole, alle Cantine Sociali e ai professionisti del settore – durante i quali si è provveduto ad illustrare i vantaggi e i presupposti tecnici legati all'utilizzo di Telemaco (lo "sportello telematico" creato da Infocamere, la società che gestisce i sistemi informatici delle Camere di Commercio) e della firma digitale per l'invio via internet delle principali attività connesse al settore vitivinicolo (per es. la denuncia delle uve, le richieste prelievo, ecc.).

Lo sforzo della Camera di Commercio - che proseguirà dopo la campagna vendemmiale con incontri pratici diretti a formare gi utenti interessati nella compilazione di una pratica telematica – è proprio quello di stare al passo con i tempi e di uniformarsi ai comportamenti delle altre Camera di Commercio, altrettanto impegnate nel promuovere la telematizzazione per il settore vitivinicolo. Un'azione necessaria – basti pensare all'obbligatorietà dell'invio telematico di tutte le pratiche al Registro Imprese – che non poteva più essere rimandata: anche per le istanze del mondo agricolo si è avvertito il bisogno di svegliarsi dal torpore e dalla noia della documentazione cartacea per spingersi verso un mondo nuovo e sicuramente più dinamico. La modalità telematica, oltre a diminuire notevolmente i tempi di evasione della pratica, permetterà all'utente di risparmiare costi e fatica (per esempio non dovrà più recarsi allo sportello per consegnare i modelli, non sopporterà più i costi delle spese postali e i diritti di segreteria connessi alla denuncia telematica saranno ridotti rispetto a quella cartacea): insomma uno strumento semplice, veloce, alla portata di tutti che si affianca agli strumenti tecnologici ormai ampiamente utilizzati presso quasi tutte le pubbliche amministrazioni. Diamo uno sguardo più da vicino ai vantaggi e proviamo a raffrontare l'universo delle pratiche cartacee con quello delle pratiche telematiche: è indubbio che i vantaggi balzano all'occhio e devono assolutamente far riflettere sulla necessità di orientare i comportamenti futuri verso una completa informatizzazione delle attività.

Ma come funziona in generale la pratica telematica? Tutte le Camere di Commercio hanno ormai attivo uno "sportello telematico" che permette agli utenti di colloquiare via internet con gli sportelli degli operatori camerali per adempiere alla maggior parte degli obblighi amministrativi e di richiedere o ricevere documenti ed informazioni attraverso un sistema (Telemaco). La denuncia via internet equivale a tutti gli effetti alla istanza cartacea ed è sottoscritta personalmente dall'interessato grazie alla firma digitale, che ha lo stesso valore legale della firma autografa apposta su carta.

Tanti i vantaggi, pochi i sacrifici: la possibilità di gestire il proprio lavoro e i propri adempimenti burocratici direttamente con un click. Non più l'utente che va presso la Pubblica Amministrazione ma la Pubblica Amministrazione che va dall'utente, in un'ottica di miglioramento dei servizi e di facilitazione delle procedure. Anche il pagamento di diritti e bolli sarà più semplice e immediato: basterà creare un prepagato e il sistema in automatico provvederà all'incasso dovuto, evitando le code agli sportelli postali o bancari.

Dunque, cosa serve per inviare una pratica telematica? E' tutto veramente molto semplice e ormai alla portata di chiunque. Ecco: PC con collegamento ad Internet; posta elettronica (si consiglia l'utilizzo di una casella di posta elettro-

Dal vecchio al nuovo i vantaggi sono tutti per le imprese

Spese postali
Orario dello sportello
Parcheggio, code, tempo
Firma autografa
Ricevuta cartacea
Allegare distinta cartacea

Zero spese
Nessun vincolo d'orario
Dalla propria scrivania
Firma digitale
Ricevuta via e-mail
Dematerializzazione documentale

nica certificata, in quanto le ricevute hanno valore legale di raccomandata); collegamento a Telemaco; firma digitale. L'ultimo ritrovato tecnologico in materia di firma digitale è la Business Key, che si presenta come una normalissima chiave USB, ma porta con sé caratteristiche e virtù di tutto rispetto. La Business Key è un vero e proprio dispositivo elettronico che permette di utilizzare ovunque la firma digitale e disporre direttamente dei documenti ufficiali della propria azienda estratti direttamente dal Registro Imprese, con il quale è sincronizzata. E' uno strumento innovativo, è pratico (in quanto non necessita di installazione né di software cui appoggiarsi) e si può portare sempre ed ovunque per via delle sue dimensioni tascabili.

Dopo queste notizie - di natura più strumentale e tecnica - è doveroso ora affrontare il discorso della telematizzazione in relazione alla importante riforma che sta interessando tutto il settore vitivinicolo, a seguito dell'entrata in vigore della nuova O.C.M. Vino (Reg. UE 479/2008). Le principali novità introdotte possono così essere sintetizzate: introduzione della nuova classificazione in D.O.P. (Denominazione di Origine Protetta) e I.G.P. (Indicazione Geografica Protetta), sinora riservata ai prodotti diversi dai vini, che andrà a modificare la precedente normativa dei vini a D.O. e I.G.T.; l'obbligo di sottoporre a controllo i requisiti del disciplinare sia dei vini D.O.P. (ex D.O.C.G. e D.O.C.) che, soprattutto, dei vini I.G.P. (ex I.G.T.); il rafforzamento dei requisiti di terzietà e indipendenza cui devono sottostare gli organismi di controllo a partire dal 1° Agosto 2009. Con le nuove norme comunitarie si prefigura pertanto un ruolo centrale degli organismi di controllo, che vede le Camere di Commercio particolarmente coinvolte ed interessate: quest'ultime, in quanto ente pubblico funzionale, sono a tutti gli effetti i soggetti terzi per eccellenza in grado di adempiere alle previste funzioni di controllo, assicurando così agli operatori e al mercato condizioni di assoluta trasparenza ed obiettività (anche in virtù del fatto che già svolgono attività di carattere istituzionale riguardante la tracciabilità del prodotto in base alla Legge 164/92).

Semplificazione normativa e riduzione dei costi per gli operatori: questi i principi ispiratori di una riforma che intende valorizzare le competenze camerali in materia di controlli.

Secondo le indicazioni di Unioncamere Nazionale, tali principi potranno essere attuati attraverso: la netta separazione del percorso amministrativo/documentale (riguardante la tracciabilità del prodotto) dal percorso di controllo (riguardante l'effettiva idoneità dello stesso ad essere commercializzato come D.O.P. o I.G.P.); la valorizzazione del patrimonio informativo e delle competenze professionali acquisite dalla Pubblica Amministrazione; lo snellimento delle procedure attraverso una gestione esclusivamente telematica del flusso informativo, velocizzando così lo scambio e l'archiviazione di dati: il patrimonio informativo acquisito dalle CCIAA sarà poi messo a disposizione degli Organismi di Controllo (che potrebbe coincidere con la stessa CCIAA) così da evitare di dover riprodurre inutilmente informazioni e banche dati.

In questo scenario di radicale cambiamento, la posizione della Camera di Commercio di Pavia è, per ora, di mero spettatore. La normativa comunitaria prevede infatti rigidi requisiti di competenza e di esperienza per la candidatura ad organismo di controllo che, allo stato attuale, non sono presenti nell'organico camerale. Proprio per ovviare a questi impedimenti - dopo un importante e significativo lavoro svolto dal Presidente uscente, Piero Mossi, e dal Segretario Generale Alessandro Scaccheri, di concerto con il Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese (che ha più volte ribadito la ferma richiesta di volere la candidatura della Camera di Commercio nel controllo della filiera vitivinicola) - l'organo deliberante della Camera di Commercio di Pavia ha condiviso come unica soluzione quella di ricorrere, per poter svolgere le nuove funzioni di tutela e di controllo, ai servizi tecnico/operativi della qualificata struttura di Riccagioia, la cui nuova gestione (secondo i programmi della Regione Lombardia) dovrebbe partire dal maggio 2010. E pertanto, nel prossimo periodo, la preziosa denominazione Oltrepò Pavese, che a breve potrà brindare a tutti gli effetti con le prestigiose bottiglie di D.O.C.G. Metodo Classico, sarà controllata dalla società di recente costituzione denominata Valoritalia, ente di certificazione delle qualità e delle tradizioni italiane, che si avvarrà dell'esperienza e della competenza dell'Ufficio Tecnico del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese. La strada è aperta: nel solco dello spirito che da sempre contraddistingue il lavoro dell'Ente camerale nella sua azione a favore dello sviluppo economico, con un ruolo al di sopra delle parti e senza finalità di lucro, è indubbio che la Camera di Commercio debba giocare un ruolo fondamentale per tutto ciò che riguarda il settore vitivinicolo, dalla vigna alla bottiglia.

Accordo di Programma

Bando Innova Retail 2: innovare conviene

Regione e Camere di Commercio della Lombardia danno il via a Innova Retail 2, il bando di agevolazioni finanziarie finalizzato a sostenere, per il secondo anno consecutivo, la qualificazione del sistema distributivo e commerciale lombardo.

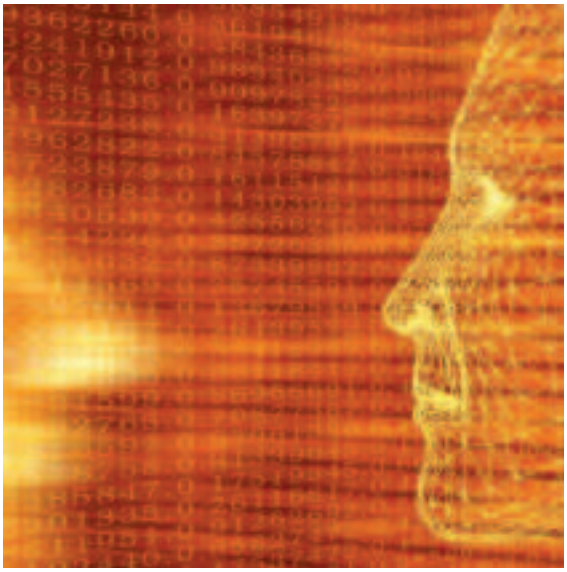
L'intervento rientra nell'ambito dell'Accordo di Programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo.

Le misure hanno l'obiettivo di favorire l'innovazione diffusa nelle micro e piccole imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, all'ingrosso e dei pubblici servizi.

Le soluzioni innovative finanziate devono avere carattere tecnologico, organizzativo, gestionale, nelle relazioni in rete con altri operatori commerciali e nei rapporti con i clienti. La dotazione finanziaria complessiva del bando Innova Retail è di 3 milioni 840mila euro, di cui 150mila per la provincia di Pavia.

Il bando finanzia investimenti rivolti a incrementare l'innovazione di impresa in diversi ambiti.

• Investimenti tecnologici in software ed hardware evoluti a supporto dell'innovazione: sistemi avanzati di gestione dei processi organizzativi e gestionali interni (gestione del prodotto, delle scorte, ordini, carte fedeltà, etc.), sia nei confronti della clientela e del mercato sia, a monte, nei confronti delle imprese fornitrici; diffusione di strumenti informatici di media ed elevata specializzazione e complessità, particolarmente utili per promuovere e sostenere l'innovazione dei processi aziendali nelle imprese del commercio; costruzione di siti web, di servizio anche a più imprese aggregate,



utili alla promozione delle imprese e alla costruzione di un rapporto evoluto con la clientela.

• Investimenti in tecnologie per la sicurezza: acquisto di prodotti e attrezzature ad elevato contenuto tecnologico, finalizzati a creare un clima di tranquillità e di sicurezza all'interno o nelle immediate vicinanze del punto vendita, favorendo una atmosfera più consona allo svolgimento dell'attività commerciale, prevenendo i rischi derivanti da fenomeni criminosi; investimenti riguardanti la messa in sicurezza dell'impresa commerciale, programmi per la gestione dei rischi, dispositivi per la sicurezza degli impianti, delle strutture, dei lavoratori e dei clienti, tra cui sistemi di video-sorveglianza e di allarme, vetrine antisfondamento, dispositivi anti-intrusione e casseforti a tempo.

• Investimenti in innovazione per la riduzione dei consumi energetici e dell'impatto ambientale: ricambio delle attrezzature a maggiore assorbimento di energia, al fine di favorire sia un risparmio complessivo di energia, sia di introdurre innovazioni e miglioramenti nel processo di gestione del punto vendita; acquisizione di attrezzature a basso consumo energetico; attrezzature per la riduzione e il riuso dei rifiuti derivanti dall'attività commerciale.

Le soluzioni innovative finanziate devono avere carattere tecnologico, organizzativo, gestionale, nelle relazioni in rete con altri operatori commerciali e nei rapporti con i propri clienti

• Investimenti per l'installazione di apparecchiature di pagamento per conto delle P.A.: costi di acquisto delle attrezzature necessarie per facilitare e migliorare - nell'ambito del circuito delle "Reti Amiche" riconosciute dal Ministero per la pubblica amministrazione e l'Innovazione nell'ambito dell'omonimo progetto - l'accesso dei cittadini ai servizi di pagamento verso enti e società pubbliche.

• Investimenti per l'innovazione logistica: soluzioni di gestione informatica per il magazzino, il trasporto, le consegne, la pianificazione dei carichi e la gestione delle flotte, l'adozione di strumenti per la gestione avanzata degli archivi, l'introduzione della Tecnologia RFID e di Sistemi di Tracing & Tracking nella movimentazione della logistica commerciale, mezzi ecoefficienti per la movimentazione delle merci all'interno della sede di impresa.

• Investimenti in innovazione delle strutture: innovazione ad elevato contenuto tecnologico delle vetrine attraverso ad esempio l'adozione di sistemi sensibili (touch screen) interattivi di visualizzazione ed elaborazione elettronica; nonché gli investimenti aggiuntivi agli obblighi di legge o amministrativi, per l'accessibilità e la fruibilità degli spazi commerciali di vendita e somministrazione da parte di persone disabili o con mobilità ridotta.

Maggiori informazioni sul sito internet www.pv.camcom.it
> finanziamenti e premi

Camera di Commercio

Premio fedeltà al lavoro: aperto il bando 2009

La Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Pavia promuove l'assegnazione dei seguenti riconoscimenti, consistenti in medaglie d'oro e relativi diplomi, a:

A – IMPRESE CENTENARIE

Fino a un massimo di 5 premi ad imprese, di qualsiasi settore economico e forma giuridica, operanti in provincia di Pavia e con sede legale nella provincia medesima che, alla data del 1° luglio 2009, abbiano maturato i primi 100 anni di attività. Per le imprese del settore agricolo l'attività deve essere stata svolta su fondi situati nella provincia di Pavia. Sono esclusi dal presente bando gli Enti pubblici, le Associazioni di categoria ed i Consorzi di imprese.

B - IMPRESE

Fino a un massimo di 50 premi ad imprese di qualsiasi settore economico e forma giuridica. Possono concorrere le imprese operanti in provincia di Pavia e con sede legale nella provincia medesima che, alla data del 1° luglio 2009, abbiano maturato almeno 35 anni di attività. Per le imprese del settore agricolo l'attività deve essere stata svolta su fondi situati nella provincia di Pavia.

Sono esclusi dal presente bando gli Enti pubblici, le Associazioni di categoria ed i Consorzi di imprese.

C - LAVORATORI DIPENDENTI

Fino a un massimo di 50 premi a lavoratori dipendenti di Imprese private, Studi professionali, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali, operanti in provincia di Pavia. Sono esclusi i dipendenti di Enti pubblici. Possono concorrere i lavoratori che, alla data del 1° luglio 2009, risultino aver prestato la loro opera per 35 anni, di cui almeno 25 ininterrottamente presso la medesima azienda e che siano ancora in servizio oppure lo abbiano cessato da non oltre due anni (quindi da un momento successivo al 30 giugno 2007).

Per i lavoratori del settore edilizio e comunque per gli addetti a lavorazioni discontinue l'anzianità sarà calcolata in base alla contribuzione INPS.

L'anzianità di lavoro presso la medesima azienda sarà considerata "ininterrotta" anche nel caso in cui l'azienda stessa abbia, nel corso degli anni, mutato il proprio assetto giuridico. Così pure non sarà considerato "interruzione" del rapporto di lavoro quello derivante da malattia o cause che, a norma di legge, sono computate come servizio. Parimenti non saranno considerati interruzioni i tempi tecnici necessari per perfezionare il contratto nella nuova azienda dopo aver cessato quello con la precedente e sarà convenzionalmente accettato come tempo tecnico un periodo massimo di un mese. Per i dirigenti il computo dell'anzianità prevede, oltre ai 35 anni totali, almeno 15 anni lavorati con la qualifica di dirigente.

D - LAVORATORI DIPENDENTI - IMPRENDITORI

Fino a un massimo di 5 premi ad imprenditori che, già lavoratori dipendenti presso unità operative della provincia di Pavia, abbiano poi avviato o rilevato, in provincia di Pavia, un'attività imprenditoriale (sede legale ed operativa). Per le imprese del settore agricolo l'attività deve essere stata svolta su fondi situati nella provincia di Pavia. Possono concorrere i titolari o soci di imprese che, alla data del 1° luglio 2009, abbiano lavorato almeno 35 anni e, per almeno 10 anni, in qualità di imprenditori.

CONDIZIONI E MODALITA' DI PARTECIPAZIONE ALLE SELEZIONI

Per partecipare alla selezione gli aspiranti (titolari o legali rappresentanti di impresa – lavoratori dipendenti) devono compilare una domanda su apposito modulo in distribuzione presso la Camera di Commercio e scaricabile dal sito internet www.pv.camcom.it.

Ai fini dell'ammisione, i candidati: non devono avere redditi in contestazione con l'Amministrazione finanziaria per quanto concerne imposte dirette, imposte indirette o tasse; non devono aver avuto condanne di natura penale e situazioni ostative all'iscrizione in Albi, Ruoli e Registri tenuti dalla Camera di Commercio, ovvero sentenze dichiarative di fallimento, salvo che sia intervenuta la riabilitazione.

Le imprese candidate devono essere in regola con: l'iscrizione (e attivazione) al Registro delle Imprese; il pagamento dei diritti camerali degli ultimi 5 anni; l'applicazione nei confronti dei dipendenti del CCNL di categoria; l'osservanza di ogni altro adempimento di legge, anche nei confronti di INPS e INAIL.

La mancanza dei suddetti requisiti comporta l'esclusione del richiedente. I requisiti stessi devono essere già presenti al momento della presentazione della domanda. E' quindi opportuno che i candidati li verifichino in tempo utile, al fine di evitare eventuali contestazioni di inadempienze.

I riconoscimenti sono riservati alle imprese ed ai lavoratori dipendenti che non abbiano, per lo stesso titolo, già ricevuto premi o attestazioni dalla Camera di Commercio di Pavia.

La Camera di Commercio si riserva la facoltà di effettuare idonei controlli sulla veridicità delle dichiarazioni prodotte e/o di acquisire eventuali ulteriori informazioni utili ai fini dell'istruttoria.

Le domande possono essere consegnate al protocollo della Camera di Commercio di Pavia - Via Mentana, 27 oppure spedite per raccomandata. In entrambe i casi la data ultima per il ricevimento è fissata alle ore 12,30 del 24 settembre 2009. Al termine dell'istruttoria il Segretario Generale provvederà a formalizzare, per ciascuna categoria di premio (A, B, C e D), una distinta graduatoria. La premiazione dei Benemeriti del lavoro 2009 avverrà il 29 novembre nel corso di una cerimonia pubblica. Bando e domanda sono scaricabili dal sito internet: www.pv.camcom.it > Finanziamenti e premi > Premio fedeltà al lavoro.

Palazzo Esposizioni

Autunno Doc,
ad ottobre la 57^ edizione

Dal 2 al 5 ottobre 2009 prende il via la 57a edizione di Autunno Pavese DOC, tradizionale appuntamento dedicato alle tipicità regionali agroalimentari e vitivinicole, che si svolge all'interno del Palazzo Esposizioni di Pavia.
La manifestazione è organizzata da Paviasviluppo, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, della Regione Lombardia - Assessorato all'Agricoltura e della Provincia di Pavia. Grazie alle sinergie tra gli organizzatori e le realtà produttive presenti sul territorio, questa edizione si preannuncia ricca di novità. E rispetto alle precedenti edizioni il periodo di svolgimento è stato posticipato di qualche settimana, per consentire una più ampia partecipazione di espositori e di pubblico. Il calendario della mostra si presenta fitto di appuntamenti all'insegna del buon cibo, delle tradizioni territoriali e della cultura, con degustazioni di prodotti tipici, laboratori e incontri enogastronomici.

Ristorazione e dintorni
Ogni giorno dalle ore 18,00 alle ore 20,00 l'Associazione Cuochi Pavia organizza un corso per aspiranti chef della cucina pavese dove verranno spiegate e realizzate alcune delle ricette tipiche dell acucina pavese.

Gustando… si impara
Corso per aspiranti assaggiatori di vino a cura della FISAR, Federazione Italiana Sommelier Albergatori e Ristoratori.

Cioccolato e…
Piccoli assaggi di deliziose scoperte per i sensi.

Fattorie Didattiche
Attraverso una serie di laboratori ludici, i più piccoli scoprono la campagna, i suoi mestieri e sapori.

Pavia e le sue Confraternite
I custodi delle numerose tipicità della tradizione enogastronomica pavese mettono in tavola i loro tesori.

FormagginCascina
Gli allevatori pavesi offrono al pubblico i loro prodotti come tome, formagelle e latte fresco, in un evento dedicato esclusivamente alle produzioni casearie.

PaviaAlleva
All'esterno del Palazzo delle Esposizioni, uno spazio dedicato agli animali d'allevamento (prevalentemente bovini e suini) e splendidi cavalli.

I professionisti del gusto
Serate enogastronomiche curate da selezionati ristoratori pavesi.

Paste… e Pasta
Le paste ripiene tipiche della tradizione pavese e oltrepadana da degustare.

Polenta e…
Un viaggio alla scoperta di un piatto che nelle sue infinite sfaccettature rappresenta al meglio la varietà delle tradizioni locali.

Pizza & Pinot
A grande richiesta torna un abbinamento di tendenza che incuriosisce il grande pubblico.

Degustazione Risotti
Da non perdere l'appuntamento con la degustazione dei risotti. Tutti i giorni, l'eccellenza delle produzioni enogastronomiche a disposizione del pubblico: vini D.O.C., salumi, formaggi e altro ancora.
Tra gli eventi collaterali della 57a edizione di Autunno Pavese DOC c'è l'importante convegno programmato per Domenica 4 ottobre 2009 che segnerà l'inizio delle manifestazioni per il Cinquantenario della costituzione del Consorzio di Tutela Vini dell'Oltrepò Pavese promosso dalla Camera di Commercio di Pavia.Una delle numerose novità di quest'anno è anche il restyling del sito di Autunno Pavese (www.autunnopavesedoc.it). Dal sito sarà possibile iscriversi per ottenere l'ingresso ridotto alla manifestazione, ed essere aggiornati sulle iniziative grazie alla newsletter e alle notizie che verranno pubblicate in tempo reale.
Orari: Venerdì e Lunedì 17.00/24.00; Sabato 15.00/24.00; Domenica 10.00/24.00.
Ingresso: intero € 4,00 - ridotto € 2,00 gratuito fino ai 12 anni. Chiusura biglietteria ore 23.30. Informazioni per il pubblico: www.autunnopavesedoc.it - e-mail: paviasviluppo@pv.camcom.it – tel. 0382 393412 - 237 - 269.

La storica kermesse agroalimentare si rilancia con iniziative nuove ed un grande convegno dedicato al cinquantesimo anniversario della costituzione del Consorzio di Tutela Vini Oltrepò Pavese

Novità
Libri, bandi, finanziamenti
le novità del 2009

Chiedilo al Notaio

Un manuale gratuito che raccoglie i consigli del Notaio su una serie di argomenti che riguardano la vita di tutti: dall'acquisto della casa, al mutuo, ai dubbi sull'eredità, la donazione e la difesa del patrimonio di famiglia. Questo è "Chiedilo al Notaio", il nuovo libro realizzato dal Consiglio Notarile di Pavia, che potrà essere ritirato gratuitamente a partire dal mese di luglio presso gli studi dei notai della provincia di Pavia, oppure direttamente presso la segreteria del Consiglio Notarile a Pavia, in Corso Strada Nuova n. 134 (Telefono 0382-35167). Il libro rappresenta il naturale complemento dell'iniziativa "Chiedilo al Notaio", promossa dal Consiglio Notarile di Pavia, con cui i notai hanno offerto ai cittadini la propria consulenza gratuita sui temi di maggiore interesse e attualità. In questo libro, infatti, sono raccolte le risposte alle domande più frequenti che vengono poste al notaio nell'ambito della sua attività. Nella sua storia millenaria, il notaio è sempre stato al fianco del cittadino per consentirgli di godere pienamente dei propri diritti e a rispettare coscienziosamente i propri doveri. La consulenza gratuita si inserisce in questo contesto, ed è dedicata agli argomenti più sensibili, tra quelli di competenza del notaio, come l'acquisto della casa e il mutuo, l'eredità, il testamento, le donazioni, e la famiglia. "Chiedilo al Notaio" riprende a partire dal mese di settembre, e proseguirà fino al novembre 2009. Per ottenere una consulenza gratuita basta telefonare alla segreteria del Consiglio Notarile di Pavia (0382-35167),

chiedendo di prenotare un appuntamento con un notaio della propria città. Il Consiglio Notarile raccoglie le prenotazioni nell'ambito dei giorni e degli orari previsti, indirizzando gli interessati presso il notaio più vicino tra quelli che hanno aderito all'iniziativa, e fornisce tutte le indicazioni necessarie. Ricordiamo che la consulenza gratuita è rivolta esclusivamente ai privati, sugli argomenti e negli orari previsti, nel limite dei posti disponibili in ogni giornata.

1 milione 450 mila euro per gli artigiani che rispettano l'ambiente

La Regione e le Camere di Commercio lombarde rinnovano il loro sostegno alle imprese e ai consorzi artigiani, finanziando l'innovazione che tutela l'ambiente. Con questo intervento gli Enti promotori vogliono aiutare gli operatori artigiani della Regione a conciliare le esigenze di produttività e qualità con la salvaguardia dell'ambiente. L'iniziativa, che rientra nell'Accordo di Programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo, mette a disposizione 1 milione 450 mila euro di contributi in conto capitale e a fondo perduto per progetti innovativi a basso impatto e per il risanamento ambientale nell'esercizio dell'impresa.

Per ottenere i finanziamenti le domande vanno presentate dal 15 luglio al 30 ottobre 2009 alla Camera di Commercio competente.

Per conoscere i progetti di investimento e le spese ammissibili scaricare il bando e la domanda disponibili nella pagina del sito Internet: www.pv.camcom.it > finanziamenti.

La pubblicazione di Paolo Tonalini è un prontuario di consigli sugli argomenti più utili ai cittadini. Altre novità: bandi e scadenze, tutto aggiornato sul sito camerale www.pv.camcom.it

Registro pile e accumulatori: proroga del termine

E' stata prorogata al 18 settembre 2009 la scadenza del termine per iscriversi al Registro pile e accumulatori, come previsto dal Decreto Legislativo n. 188/2008 (Attuazione della Direttiva 2006/66/CE, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 283 del 3 dicembre 2008 – Supplemento Ordinario n. 268). La proroga è stata disposta dal cosiddetto Provvedimento Anticrisi (Decreto Legge 1 luglio 2009 n. 78, art. 23 comma 11). L'iscrizione deve essere effettuata entro 9 mesi, ai sensi del nuovo provvedimento, dalla data di entrata in vigore del D.Lgs n. 188/2008.

Maggiori informazioni sono disponibili nella pagina dedicata al Registro produttori di pile e accumulatori: www.pv.camcom.it > Informazione economica > Ambiente > Registro produttori pile e accumulatori.