

# Verso un distretto del vino

Quando si parla di “distretti” si fa riferimento non ad aree amministrative, ma ad aree accomunate da una caratteristica economica, sociale o culturale che conferisce omogeneità all'intero territorio. Un distretto diventa quindi un'entità giuridica che consente ad un territorio di presentarsi al pubblico, ma anche alle istituzioni, con un unico volto. Questo consente di poter varare progetti comuni, sostenuti dalla forza di un intero sistema ed accedere a finanziamenti e sovvenzioni. Nel caso dell'Oltrepò è evidente che il fattore unificante è rappresentato dal vino. Dalle vigne alle cantine, la produzione vitivinicola è la caratteristica primaria del territorio. Il vino nella terra “a forma di grappolo d'uva”, come amava definirla Gianni Brera, è storia, cultura, senso di appartenenza. Il decreto legislativo 228/01 individua i distretti rurali e agroalimentari di qualità quali nuovi strumenti con cui elaborare la programmazione territoriale, attribuendo alle Regioni potestà legislativa in materia. Nei distretti rurali emerge il riferimento all'identità e alle vocazioni territoriali, in quelli agroalimentari di qualità la significatività economica e le filiere produttive che ormai costituiscono il modello organizzativo relazionale della piccola e media impresa. La nascita dei distretti in agricoltura rappresenta così il naturale sviluppo dei vecchi patti territoriali. Per le sue caratteristiche, l'Oltrepò ambisce oggi a diventare distretto del vino, legando il territorio a ciò che di meglio produce. Il distretto consentirebbe la valorizzazione dell'intera filiera del sistema vitivinicolo dell'Oltrepò produrrebbe un'immagine comune, darebbe strumenti per il sostegno alla crescita delle realtà economiche territoriali utilizzando anche il patrimonio storico e culturale, rafforzando il senso di appartenenza al territorio. Un percorso voluto dai produttori, già avviato a livello politico locale e nazionale, fortemente sostenuto dalla Camera di Commercio di Pavia. Cominciamo a parlarne oggi, ma torneremo a farlo nei prossimi numeri di Pavia Economica.

F

O

C

U

S

A cura di Epoché

# Il primo obiettivo: una rete di pubblico e privato

## *Uno studio dell'Università di Pavia sulla viticoltura in Oltrepò*

Le premesse che stanno alla base del Distretto del Vino dell'Oltrepò pavese sono state ben evidenziate in uno studio compiuto dalla professoressa **Maria Sassi, docente di Economia e gestione dell'azienda agraria e agroindustriale presso l'Università degli studi di Pavia**. La ricerca, intitolata "Legami territoriali della vitivinicoltura di qualità per una strategia di sviluppo delle aree rurali - il caso Oltrepò pavese" (pubblicato da Aracne Editrice Roma), prende le mosse dalla politica delle aree rurali definita dall'Unione Europea che considera centrale la comprensione dell'identità e della cultura territoriale al fine di promuovere processi di crescita che si basino sulla valorizzazione delle eccellenze.

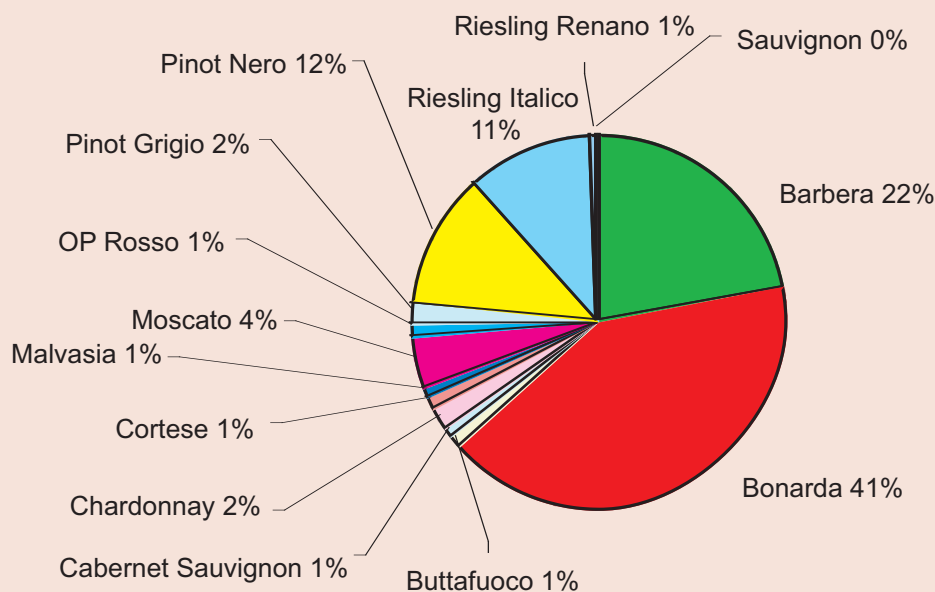
L'Oltrepò, area in cui la vitivinicoltura dei vini DOC rappresenta elemento unificante, è quindi il caso emblematico per lo studio dell'applicazione dei modelli di politiche di sviluppo rurale. Emergono quindi dalla ricerca informazioni preliminari per la formulazione e l'implementazione delle politiche di sviluppo del territorio oltrepadano che risultano utili per gli operatori offrendo strategie di valorizzazione dei loro prodotti in sinergia con il territorio e il sistema Oltrepò.

"L'obiettivo della nuova politica di sviluppo rurale -

scrive Maria Sassi - rende centrale la comprensione di come il 'territorio-rete', sia in grado di determinare uno specifico percorso di sviluppo di un'area che assume tratti caratteristici e distintivi rispetto a quelli di altre. Il territorio (...) diventa fattore competitivo strategico in grado di determinare il successo di un sistema territoriale differenziandolo dagli altri". Trova quindi una giustificazione la politica di pianificazione rurale in grado di valorizzare il livello di integrazione e diversificazione da cui dipende in maniera determinante lo sviluppo di tali aree. Non si tratta di far crescere il settore agricolo, ma l'obiettivo è il rafforzamento delle reti di relazioni funzionali qualificate tra i diversi attori attraverso una sempre più stretta relazione tra istituzioni pubbliche e organizzazioni private e valorizzando le risorse specifiche che offre il sistema. Per la professoressa Sassi, l'organizzazione di un sistema produttivo locale crea valore aggiunto specifico consentendo di realizzare economie di scala, migliorando la sua capacità di adattamento, la sua attitudine all'apprendimento collettivo e quindi di innovazione a livello locale.

Per quanto riguarda il caso Oltrepò, la Sassi procede all'analisi di tipo statistico del legame territoriale dei vini DOC.

**Distribuzione % della produzione di vini per tipologia di vino Oltrepò Pavese DOC (2006)**



Per ogni tipologia di vino sono studiati quattro aspetti:

- l'indice di specializzazione, che individua le aree a maggior intensità produttiva;
- l'indice di autocorrelazione spaziale, che evidenzia l'eventuale relazione tra le dinamiche di comuni contigui per comprendere l'operatività di eventuali sinergie;
- l'analisi "shift and share", che stima l'incidenza dei fattori locali di sviluppo sugli aspetti dinamici

del comparto;

- l'analisi di segmentazione, che valuta quali elementi del capitale territoriale informano con maggiore incidenza le scelte di localizzazione delle aziende del settore e che quindi possono costituire gli elementi strategici di un processo di sviluppo della vitivinicoltura oltrepadana, in sinergia con il territorio.

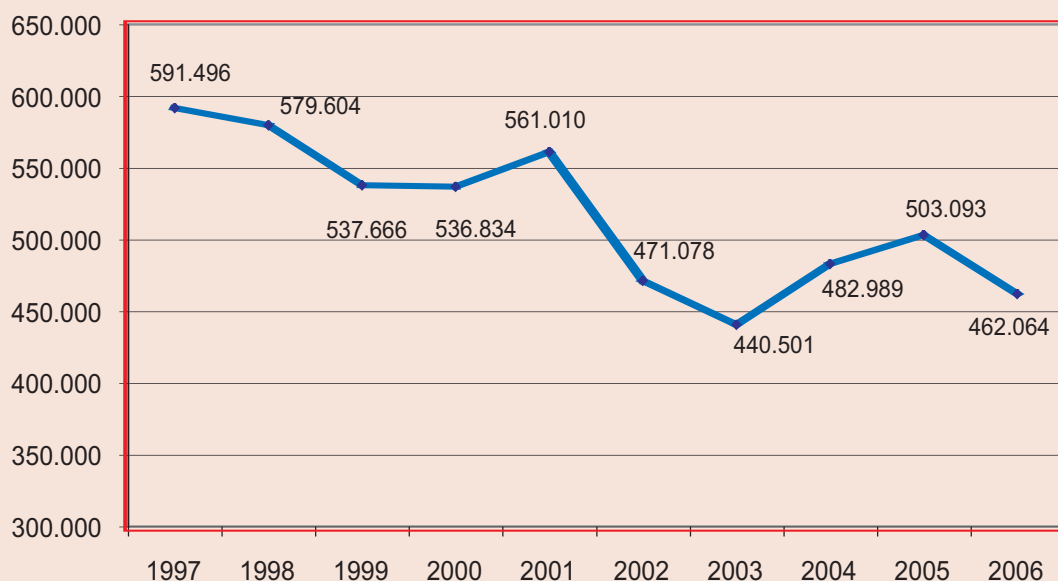
L'applicazione di questo metodo consente di mettere in evidenza, dati alla mano, come sia ancora

F  
O  
C  
U  
S

**Superfici iscritte all'Albo Vigneti - ettari (1997-2006)**



**Quantità di vini DOC prodotte - ettolitri (1997-2006)**



## Un progetto per guardare al 2015

Il sistema vino Oltrepò è la terza zona vitivinicola d'Italia con una superficie territoriale viticola di oltre 30.000 ettari, una superficie investita a vigneto di circa 13.300 ettari; di cui 11.300 ettari iscritti alla DOC e 1.400 iscritti alla IGT, con una produzione di uva DOC di circa 900.000 quintali. Sono più di 4.000 le aziende produttrici di uva, con una occupazione di più di 8.000 addetti. Il vino DOC prodotto supera i 500.000 ettolitri con una produzione di bottiglie pari a circa 49.000.000 l'anno. Quasi un terzo della produzione di uva viene trasformata e commercializzata dalle cinque cantine sociali presenti sul territorio. La nascita del Distretto consentirebbe non solo la creazione di un'alleanza decisiva per rafforzare il mondo produttivo territoriale, ma per ricoprire un ruolo fondamentale in occasione dell'appuntamento di Expo 2015. Sulla base di questo progetto lo scorso 26 maggio si sono confrontati, presso la sede della Camera di Commercio di Pavia, i cinque parlamentari eletti in provincia di Pavia Giancarlo Abelli, Daniele Bosone, Roberto Mura, Carlo Nola, membro della commissione Agricoltura della Camera, e Angelo Zucchi, vicepresidente della medesima commissione.

All'incontro ha anche partecipato l'assessore provinciale all'Agricoltura, Mario Anselmi, il presidente Piero Mossi, i rappresentanti del Consorzio di tutela Vini Oltrepò Pavese, di Unione Agricoltori e delle altre organizzazioni agricole. Fra le novità discusse c'è stato anche il contratto di filiera, una formula che consentirebbe di ottenere finanziamenti da parte del ministero e anche della Regione Lombardia, potendo fare inoltre affidamento al sostegno del Programma di sviluppo rurale finanziato dalla Regione. Rafforzamento della filiera, consolidamento di un sistema e della sua immagine e infine fare dell'Oltrepò la "cantina dell'Expo 2015 di Milano": questi gli auspici e gli obiettivi emersi da questo incontro preliminare.

## Molti i passi importanti nel 2008

Il percorso verso la creazione di un Distretto del Vino ha fatto quest'anno passi importanti. Lo scorso giugno ha preso il via l'iniziativa "Oltrepò, l'accento sul territorio", tenuta a battesimo presso la sede della Camera di Commercio di Pavia. E' il primo passo verso il consolidamento di un "Sistema Oltrepò", e si presenta come un progetto integrato di valorizzazione delle manifestazioni promozionali del sistema vitivinicolo dell'Oltrepò che vede coinvolti vari enti in un'ottica sinergica: dalla Camera di Commercio di Pavia alla Provincia, dai Comuni di Broni, Casteggio e Stradella al Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese.

Per Piero Mossi, presidente della Camera di Commercio di Pavia, "E' un progetto nuovo che fa dei vari eventi una manifestazione unica. Solo così possiamo pensare in grande: la realizzazione di un distretto vino". L'obiettivo è nuova strategia di marketing del territorio che si propone di creare attorno al vino un'unica manifestazione che raggruppi una serie di eventi collaterali tra loro coordinati capaci di coinvolgere tutta la filiera: dall'enogastronomia, all'artigianato, al turismo. Sotto questo marchio si sono svolte le manifestazioni "Alla Salute", tenutasi lo scorso giugno a Broni. Ha fatto seguito l'ormai tradizionale "Oltrevini", giunta alla 38esima edizione e svoltasi dal 27 al 30 giugno, e "Vinuva", festival del vino e dell'uva, svoltosi a settembre a Casteggio. Il calendario degli eventi verrà concluso il 21 ottobre, a Casteggio, alla Certosa Cantù con un simposio internazionale organizzato dalla Camera di Commercio in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza Facoltà di Agraria Istituto di Enologia e Ingegneria Agroalimentare e curato dall'azienda speciale Paviamostre, dal tema "Tipicità del vino e preferenze del consumatore". Nella pagina successiva ne diamo notizia più dettagliatamente.

necessario uno sforzo comune per consolidare un vero sistema.

"L'area di produzione dei vini DOC – scrive Maria Sassi – sembra presentare una significativa capacità di attrazione che ne suggerisce una puntuale qualificazione delle determinanti da considerare come possibili componenti strategiche di un modello di crescita locale".

Tuttavia è emerso anche un limitato numero di elementi del capitale territoriale che si associano alle diverse tipologie di vino prodotte. Questo significa essenzialmente che la creazione e il rafforzamento del legame territoriale del settore risulta una priorità ancora da realizzare nell'ambito di un modello di sviluppo rurale endogeno, partecipato e sostenibile per l'Oltrepò pavese.

Secondo Maria Sassi, le risultanze portano dunque alla necessità di sviluppare partnership e capacità progettuali tra comuni. L'elevata frammentazione produttiva dell'offerta e la piccola dimensione delle aziende costituiscono un fattore di difficoltà nella tutela dell'immagine del prodotto,

difficoltà accresciuta dall'aumento di concorrenza sui prezzi che contribuisce a sminuire l'immagine del vino. In questo contesto è cruciale il ruolo del soggetto pubblico come mediatore e coordinatore. Ma è anche necessario sviluppare una più funzionale struttura di analisi permanente di supporto allo sviluppo del territorio rurale.

Una soluzione potrebbe essere un Laboratorio di Sviluppo Rurale che diventi punto di riferimento forte per gli attori del territorio anche attraverso una rete di collegamento tra istituzioni a livello inferiore. Questo comporterebbe anche, conclude la Sassi, lo sviluppo di figure professionali specifiche appositamente formate e in possesso di idonei strumenti di lavoro.

Il rafforzamento del sistema Oltrepò è dunque un lavoro che va compiuto a più livelli, ma che non può prescindere da uno spirito di collaborazione e da un approccio basato sulla valorizzazione delle eccellenze e sull'investimento in formazione e capitale umano. Solo seguendo queste linee di azione si potranno ottenere dei risultati.

# Scienziati e imprenditori: dalla teoria alla pratica

F  
O  
C  
U  
S

*Il 21 ottobre un convegno alla Certosa di Cantù sulla tipicità del vino*

Scienza del vino ma anche attualità della sua comunicazione e del suo marketing: il Simposio Internazionale **"Tipicità del vino e preferenze del consumatore – Esperienze a confronto"**, organizzato a Casteggio (PV) il 21 ottobre presso l'Auditorium della Certosa Cantù, ha proposto nella sua sessione pomeridiana un focus di aggiornamento sulle tendenze dei mercati e le aspettative dei consumatori. E' stata infatti dedicata al tema **"Bisogni, preferenze, relazioni: quale marketing per il vino?"** la Tavola Rotonda che ha avuto inizio alle ore 15.00, coordinata da Pietro Rocchelli dell'Agenzia Maurizio Rocchelli di Milano.

Sono intervenuti al dibattito Domenico Zonin (Casa Vinicola Zonin –

Gambellara), Roberta Urso (Cantine Settesoli – Menfi), Carlo Alberto Panont (Segretario Generale di Ascovillo) e Antonio Mungai, Direttore di

"Bargiornale". Sullo spunto delle riflessioni proposte da Pietro Rocchelli, referente di una tra le Agenzie di marketing e comunicazione per il settore del vino e dell'alimentare più autorevoli in Italia, la Tavola Rotonda ha messo a fuoco le tendenze attuali di mercato e le strategie applicate o possibili, in un'ottica di esperienze consolidate. La Tavola Rotonda rientra nel IX Simposio Internazionale organiz-

zato dalla Camera di Commercio di Pavia, in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza - Istituto di Enologia e Ingegneria Agroalimentare.

Il Simposio, al quale hanno partecipato esperti sia italiani sia stranieri, si è svolto secondo il seguente programma: a partire dalle ore 9.00, dopo il saluto delle Autorità, ci sono stati gli interventi di Mario Bertuccioli, Università degli Studi – Firenze (La tipicità dei vini: tra immaginazione e realtà percepi-

bile), Erminio Monteleone, Università degli Studi – Firenze (La riconoscibilità dell'odore dei vini di pregio in base alle valutazioni degli esperti, dei consumatori e dei panel addestrati: Wine Perceptual mapping), Yves Le Fur, Unité Mixte de Recherche FLAVIC Flaveur, Vision et Comportement du Consommateur ENESAD-INRA – Université de Bourgogne - Dijon – F (Construction de l'image olfactive propre à la typicité des vins issus du cépage Chardonnay et ses liens avec la composition en composés volatils), Cédric Saucier, Université Victor Segalen Bordeaux2 – Talence – F (Méthodologies pour l'analyse sensorielle des tan-

nins), André Rawyler, Ecole Ingénieurs de Changins – Nyon – CH (Vins de barrique et vins de copeaux – Comment les différencier?), Elvira López Tamames, Universitat de Barcelona – E (Effetto della maturazione sui lieviti sulla tipicità aromatica dei vini spumanti Cava), Angela Silva, Milena Lambri, Università Cattolica del Sacro Cuore – Piacenza (Influenza delle tecniche di macerazione sul profilo cromatico e fenolico di vini rossi tipici).

A partire dalle ore 15.00 il Simposio si è poi articolato nella Tavola Rotonda (conclusa alle ore 17.00).

La segreteria organizzativa dell'incontro è stata curata da Paviamostre, Azienda speciale della

Camera di Commercio di Pavia. Il Simposio Internazionale conclude la serie di eventi e incontri tematici compresi nel progetto **"Oltrepò, l'accento sul territorio"** formulato lo scorso giugno per la valorizzazione del settore vitivinicolo dell'Oltrepò Pavese e condiviso da Camera di Commercio di Pavia, Provincia di Pavia, Comune di Broni, Comune di Casteggio, Comune di Stradella, Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese e Casteggio Servizi S.R.L.



# Livio Cagnoni: "L'impegno di tutti per la svolta necessaria"

"E' essenziale, indispensabile." Il progetto del Distretto del vino, vede tra i suoi più accesi sostenitori anche Livio Cagnoni, presidente di Ascovilo, l'Associazione dei Consorzi dei Vini di Lombardia. "Tutti ne devono far parte e tutti devono dare il loro attivo contributo - dice - il nostro esempio, a mio giudizio, deve essere il modo in cui opera il Consorzio Asti DOCG, dove tutto è controllato dall'inizio del ciclo produttivo alla fine e dove tutti contribuiscono. Un Distretto del vino dell'Oltrepò sarebbe unico nel suo genere e quindi è essenziale non solo un coinvolgimento di tutti gli operatori, ma anche una partecipazione attiva, anche finanziaria, da parte di tutti. Non ci si può infatti più basare esclusivamente sui finanziamenti e bisogna avere un ruolo sempre più attivo. Un altro aspetto che ritengo importante è che la responsabilità e il coordinamento siano affidati a persone che conoscono da vicino il mondo della viticoltura e del vino." Ma, proprio per chi appartiene al mondo del vino, questo è il periodo delle prime valutazioni e dei primi giudizi sulla vendemmia appena conclusa. "Dal punto di vista qualitativo - spiega Cagnoni - è un anno senz'altro buono. Si annunciano vini bianchi molto buoni. Pinot, Chardonnay e Spumanti si annunciano di ottima qualità. Per quanto riguarda le uve rosse per ora in fase di lavorazione si registrano acidità non elevate e quindi ci aspettiamo anche qui ottimi risultati." Il tasto dolente è la quantità. La produzione quest'anno è stata rallentata da condizioni climatiche non favorevolissime e dagli attacchi di peronospora, malattia della vite causata da un fungo microscopico che colpisce le foglie, i germogli e i grappoli potendo causare ingenti danni ai raccolti. "La produzione si attesta a un 15, 20 per cento in meno rispetto all'anno passato - dice il presidente di Ascovilo - c'è stato infatti un periodo di maltempo proprio nel momento della fioritura a fine maggio e inizio giugno. Per fortuna però da luglio in poi la situazione è andata migliorando consentendo comunque un buon risultato dal punto di vista qualitativo. La peronospora è stata un altro grave problema quest'anno e ha colpito duramente soprattutto l'uva croatina."

Livio Cagnoni è anche direttore della cantina sociale nata dalla fusione delle cantine di Broni e Casteggio. Il sodalizio, deciso lo scorso aprile e divenuto operati-



vo da luglio, ha creato la più grande Cantina sociale di Lombardia, tra le prime dieci in Italia. "Il nostro obiettivo - dice - è imbottigliare di più e completare l'imbottigliamento direttamente nelle nostre cantine. Il traguardo che ci siamo proposti è di raggiungere in tre o quattro anni i 400mila quintali di uva. Il nostro standard oggi è di circa 300mila, quest'anno inevitabilmente ridotti per i problemi che ho spiegato. Ma per i prossimi anni il nostro obiettivo rimane. La fusione diminuirà i nostri costi di produzione e potrà anche consolidare il nostro rapporto con i grandi clienti. Stiamo poi lavorando al restauro delle nostre cantine e al rinnovamento delle strutture. Abbiamo inoltre acquistato l'ex cantina Vilide di Stradella con l'intenzione di creare un punto vendita in posizione strategica. La vendita sul posto per noi rappresenta una risorsa importante. La gente ormai sa che in cantina il vino si può trovare a prezzi anche di sei, sette volte inferiori rispetto alla distribuzione e quindi registriamo un costante aumento dei clienti. Il nostro obiettivo è incrementare questo trend, intanto pensiamo di chiudere il 2008 con un fatturato di circa 4 milioni di euro."

In mezzo a una crisi diffusa, pochi sono i settori in cui quest'anno verrà chiuso con bilanci positivi, l'ec-

cezione della Cantina di Broni-Casteggio e del settore vitivinicolo oltrepadano non è però un caso, è la dimostrazione di come puntare sulla qualità e sulle sinergie operative rappresenti la miglior difesa nei confronti della volubilità dei cicli economici.

**Per Livio Cagnoni (Ascovilo)  
e Giuliano Pozzi (Consorzio Vini  
dell'Oltrepò Pavese)  
la creazione di un Distretto del Vino  
è un passaggio necessario  
per tutto il sistema**

# Giuliano Pozzi: "Lavorare insieme per crescere"

F  
O  
C  
U  
S



Giuliano Pozzi è dall'agosto scorso il nuovo presidente del Consorzio tutela Vini dell'Oltrepò Pavese. Il consiglio d'amministrazione lo ha eletto all'unanimità in sostituzione del dimissionario Vittorio Ruffinazzi che ha lasciato la guida dopo dieci anni, rimanendo comunque come consigliere. Nella storia quasi cin-

quantennale del Consorzio, Pozzi, già vicepresidente, è il quarto presidente e, dopo Denari, Mangiarotti e Ruffinazzi, rispettivamente in rappresentanza delle cantine La Versa, Broni e Casteggio, è il primo in rappresentanza della Cantina di Canneto Pavese.

"Sono un uomo che ha dedicato la vita al mondo del vino" dice di sé Pozzi. "Sono figlio di un contadino e ne vado orgoglioso, ho iniziato a lavorare all'associazione 'Il Ceppo' di Stradella per poi approdare alla Cantina di Canneto". Il suo impegno, dichiara, sarà nel segno della continuità rispetto a Ruffinazzi. Tra i progetti confermati quello dell'ottenimento della classificazione DOCG per il Buttafuoco, vino rosso prodotto dai vitigni Croatina e Barbera e in grado di competere con i grandi rossi da invecchiamento. Altro progetto in corso, in cui Pozzi crede molto, è quello del "Cruasé", cioè il Pinot nero metodo classico rosé, il primo marchio collettivo che tutelerà il vino speciale DOCG dell'Oltrepò pavese ottenuto esclusivamente da uve Pinot nero vinificate con il metodo classico. L'intento è quello di creare un nome unico che identifichi a livello internazionale l'intera produzione del territorio. Un'immagine di unità che è già nello spirito della creazione di un Distretto del Vino di cui Pozzi si dichiara entusiasta sostenitore: "E' un'iniziativa che potrebbe davvero contribuire al bene comune, creando grandi opportunità per tutti. E' necessario però che tutti superino quella mentalità un po' personalistica che è una caratteristica di queste terre". Per adesso Pozzi si dichiara entusiasta per le aspettative qualitative della vendemmia 2008: "Abbiamo avuto gravi problemi per colpa della peronospora e della grandine, con zone come la Valle Versa e Vallescuropasso severamente colpite. La quantità di uva prodotta è stata sensibilmente inferiore agli altri anni. Ma sul versante qualità ci si attende moltissimo. Per i bianchi stiamo registrando grandi profumi, pH perfetti. Per i rossi è ancora presto, ma anche qui siamo convinti che il risultato sarà straordinario. Secondo me il 2008 sarà un'annata memorabile". Gli amanti del vino sono avvertiti.

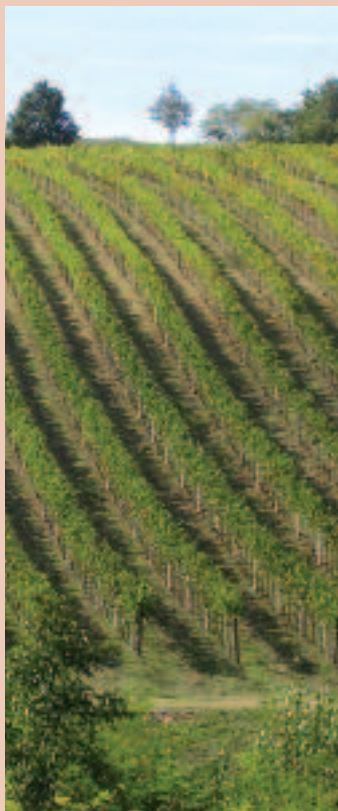
## Al via il Comitato Promotore

Provincia di Pavia, Camera di Commercio, Associazione Provinciale Coltivatori Diretti, Confederazione Italiana Agricoltori, Unione Provinciale Agricoltori e Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese hanno siglato lo scorso 11 giugno un protocollo d'intesa che costituisce il **Comitato Promotore per la costituzione di un "distretto del vino" nell'Oltrepò Pavese**. I soggetti sottoscrittori, hanno deciso di affidare il coordinamento dell'azione del Comitato alla Camera di Commercio di Pavia.

L'obiettivo del comitato è, in attesa di una legge regionale che definisca con precisione le caratteristiche di un distret-

to agroalimentare:

- la promozione della definizione di un moderno quadro normativo dei distretti agroalimentari sia a livello nazionale che regionale, con conseguente riconoscimento della peculiare ed importante realtà del distretto del vino della realtà pavese;
- la 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 sog-



getto deputato al coordinamento dell'intera filiera:

- la 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.

F

O

C

U

S

# Turismo di eccellenza: la qualità è certificata

di Maria Lucrezia Pagano

La Camera di Commercio è tradizionalmente attiva nella promozione del turismo in Pavia e provincia. Ricordiamo, a tal proposito, le principali iniziative:

- l'organizzazione di manifestazioni promozionali delle tipicità vinicole ed agroalimentari;
  - la partecipazione annuale alla BIT, Borsa Internazionale del Turismo, la principale manifestazione fieristica settoriale in Italia;
  - l'adesione ai progetti "Marchio di Qualità nelle Imprese del Settore Turistico" e "Delicatezze in Lombardia";
  - l'adesione al "Progetto integrato di valorizzazione delle manifestazioni promozionali del sistema vitivinicolo dell'Oltrepò Pavese";
  - l'istituzione di un Osservatorio Permanente sul Turismo;
  - l'adesione al Progetto "Concorso per attribuire Q - Marchio di Qualità Ospitalità Italiana per le strutture agrituristiche";
  - la realizzazione dei progetti "Le Porte della Val Staffora" e "Attrazione del turismo austriaco".
- In particolare, il Marchio di Qualità nelle Imprese del Settore Turistico viene quindi a rafforzare - in una politica di filiera - lo sviluppo e la promozione dell'offerta turistica del territorio.

Difatti, nel 2005 la Camera di Commercio di Pavia dà avvio a tale progetto biennale a valere sul fondo perequativo che - diffuso a livello nazionale - è gestito per il tramite del coordinamento dell'Unione Italiana delle Camere di Commercio. Per la realizzazione di tale iniziativa, ci si avvale anche della collaborazione della società del sistema camerale specializzata nel settore turistico, l'Isnart (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche).

Tale iniziativa consiste in particolare nella promozione del territorio, attraverso la certificazione di alberghi, ristoranti ed agriturismi di Pavia e provincia, in una logica integrata con la tipicità e la cultura del luogo. Questa certificazione - attraverso l'attribuzione di uno speciale Marchio di Qualità, ossia di un elemento distintivo di garanzia "a tutela dell'ospite", allo scopo di assicurare ai clienti delle diverse strutture turistiche una valutazione obiettiva del servizio offerto - ha nel contempo lo scopo di promuovere e valorizzare la qualità e tipicità dei servizi turistici, creando una cultura dell'accoglienza e le condizioni potenziali per la costruzione di un prodotto turistico competitivo.

Riepilogando, nella I annualità il Marchio di Qualità 2006 viene attribuito a 42 strutture - distinte in 10 alberghi, 27 ristoranti e 5 agriturismi.

Nella II annualità ci si propone di allargare il novero delle strutture che possano fregiarsi di tale riconoscimento. In effetti, il Marchio di Qualità 2007 incrementa il complesso delle imprese turistiche qualificate a 51 unità - distinte in 13 alberghi, 33 ristoranti e 5 agriturismi. In tale occasione vengono inoltre premiati i 5 agriturismi partecipanti a "Delicatezze in Lombardia", il progetto parallelo gestito con il coordinamento dell'Unioncamere Lombardia - sempre in collaborazione con Isnart.

Ma il percorso iniziato dalla Camera di Commercio di Pavia continua anche una volta concluso il progetto a valere su fondo perequativo nazionale. Pertanto, nella III annualità sono ben 45 le strutture - distinte rispettivamente in 13 alberghi e 32 ristoranti - che vedono attribuito o confermato il prezioso riconoscimento.



mento anche per l'anno 2008, dimostrandosi strutture d'eccellenza. A queste sono da aggiungere quegli agriturismi - ben 22 - partecipanti al "Concorso per attribuire Q - Marchio di Qualità Ospitalità Italiana per le strutture agrituristiche", un'iniziativa promossa dal sistema lombardo delle Camere di Commercio, sempre in collaborazione con Isnart.

A conclusione di ogni annualità, viene organizzata una giornata pubblica di premiazione, nella quale si dà risalto alla buona riuscita dell'iniziativa oltre a focalizzare l'attenzione sulle strutture premiate, anche per il tramite della realizzazione di apposito materiale promozionale - attestati, retrofanie, cataloghi nazionali e provinciali. Inoltre, particolare rilevanza per il successo dell'iniziativa rivestono sia l'attività promozionale di divulgazione e comunicazione realizzata anche da Isnart, sia la sensibilizzazione degli operatori alla Qualità per dare visibilità ad un prodotto turistico territoriale competitivo e di alto livello. La stessa partecipazione alla BIT ed ai diversi eventi organizzati da Paviamostre, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, riesce a comunicare al mercato nazionale ed internazionale una nuova attenzione del territorio all'ospite, tramite il circuito delle imprese che hanno ottenuto il Marchio.

## La premiazione

Si è svolta a Pavia il 3 luglio scorso, presso la sala Consiliare della Camera di Commercio, la premiazione per le imprese turistiche che hanno ottenuto il Marchio di Qualità del Turismo potendone usufruire per tutto l'anno.

Il Marchio di Qualità del Turismo è una certificazione promossa dalle Camere di Commercio, in collaborazione con Isnart.

Dopo l'espletamento delle verifiche ispettive, 45 sono le strutture che hanno ottenuto in Pavia e provincia, il Marchio di Qualità per l'anno 2008 e precisamente: 13 hotel e 32 ristoranti. Tra i premiati figurano anche i 22 agriturismi che hanno partecipato al "Concorso per attribuire Q - Marchio di Qualità Ospitalità Italiana per le strutture agrituristiche", un'iniziativa promossa dal sistema lombardo delle Camere di Commercio, sempre in collaborazione con Isnart. Erano presenti all'evento, Piero Mossi, Presidente della Camera di Commercio di Pavia, Renata Crotti, Assessore al Turismo e alle Attività Termali della Provincia di Pavia, Alessandro Scaccheri, Segretario Generale della Camera di Commercio, Alessandro Moro, membro della giunta camerale, nonché Presidente del President Hotel Terme di Salice Terme e Piero Zagara, responsabile delle relazioni commerciali dell'Isnart.

Il presidente Piero Mossi ha sottolineato l'importanza di rafforzare nella nostra provincia una cultura dell'accoglienza per creare un prodotto turistico competitivo che abbia nella qualità un valore aggiunto. Ha ricordato altresì l'impegno camerale nel settore turistico e l'obiettivo comune di istituzioni e operatori di fare sistema e prepararsi all'avvicinamento all'Expo del 2015.

Alessandro Moro ha spiegato come il Marchio di Qualità, che si rinnova ormai da tre anni nella nostra provincia e coinvolge 72 province sul territorio nazionale, sia parte delle iniziative di promozione delle eccellenze del territorio, iniziative che vanno incoraggiate in uno spirito di costante crescita. Egli ha richiamato l'impegno di Camera, Provincia e Regione a lavorare insieme agli operatori sulle possibili aree di miglioramento.

L'Assessore Renata Crotti, oltre a ricordare gli ottimi risultati che



stanno ottenendo le iniziative che vedono un rapporto collaborativo tra istituzioni e privati, ha rivelato che da parte della Provincia e della Camera di Commercio di Pavia è stata avanzata la richiesta alla Regione di ripensare le tipologie di classificazione nell'ambito della ristorazione allo scopo di valorizzare le tipicità locali e dare ai clienti maggior trasparenza e informazione.

Piero Zagara ha infine spiegato il ruolo dell'Isnart, società consortile per azioni del sistema camerale che realizza studi e pubblicazioni sul turismo, indagini, rilevazioni e progetti di fattibilità, elaborazione dati, costituzione e forniture di banche dati ed Osservatori. Ha annunciato poi i primi dati statistici relativi al 2008 per il turismo in provincia di Pavia. Con i due terzi delle camere occupate in tutti i primi mesi del 2008 è proseguita l'onda lunga registrata nel mese di dicembre 2007. La congiuntura turistica si conferma positiva a Pasqua (sempre sopra la media regionale). Nei primi mesi del 2008 in città le strutture ricettive sono state quasi sempre sature, in media l'occupazione supera sempre l'80% con punte dell'87% nel mese di marzo. I turisti sono in maggioranza italiani e (al 40%) soggiornano in provincia per motivi d'affari, tra questi sono di più individuali che non i gruppi. Il cliente medio si ferma però meno di tre notti e la permanenza media registrata, sia per gli italiani che per gli stranieri, è pari a 2,7 notti. Una media, è l'auspicio di Zagara, che bisogna essere capaci di incrementare.

### Valutazioni e prospettive

Dal canto loro, le imprese turistiche pavese hanno accolto con molto favore l'invito a collaborare per adottare un marchio di riconoscibilità diffuso a livello nazionale, in grado di indirizzare il cliente in modo semplice, oggettivo e trasparente, con evidenti vantaggi non solo per esercenti e consumatori ma anche per l'intero territorio. E' un percorso che la Camera di Commercio di Pavia intende proseguire, perché

crede nel ruolo positivo che tale certificazione potrà svolgere a favore della crescita della cultura dell'ospitalità e, in prospettiva, dell'intero settore turistico.

Si è convenuto pertanto sull'opportunità di proseguire - anche per l'anno 2009 - l'iniziativa di certificazione al fine di non vanificare i risultati conseguiti, così continuando a garantire ai clienti delle strutture ricettive e ristorative una valutazione obiettiva del servizio offerto. In particolare, la positiva conclusione dell'edizione 2008 ha generato la possibilità di far compiere un ulteriore salto di qualità al gruppo di imprese che ormai da anni partecipa con positivi risultati all'iniziativa in questione.

In un'ottica di consolidamento dell'iniziativa è già stata concordata con la Sede Territoriale Regione Lombardia la possibilità di far sviluppare il processo avviato tramite iniziative di sistema, per l'appunto attraverso la creazione di un network di operatori eccellenti che abbiano conseguito il Marchio Qualità Turismo. A questo punto molto utili risulterebbero un maggiore coinvolgimento - a tutti i livelli - degli enti locali e un più decisivo apporto proveniente dal mondo associazionistico di categoria. In una prospettiva di fare sistema, l'obiettivo che potrebbe accomunare tutti gli operatori del settore turistico sarebbe proprio il dar vita ad una 'rete virtuosa della qualità' in provincia di Pavia - appunto con la creazione di un network di operatori del settore turistico che si impegnano a garantire determinati standard di accoglienza, per una tutela dell'ospite a 360°. La creazione di questa rete potrebbe proprio essere quel valore aggiunto capace di promuovere, ancora più incisivamente, il territorio provinciale pavese e le strutture turistiche locali. L'attivazione di sinergie d'azione permetterebbe così di promuovere e valorizzare maggiormente all'esterno l'offerta turistica pavese, generando occasioni di miglioramento della sua competitività sia dal punto di vista gestionale che promozionale.



Piero Mossi con Gian Marco Moratti, nel Castello di Cigognola

# “Questo non è un hobby” Il vino oltrepadano dei Moratti

di Cinzia Montagna

Il Metodo Classico dell'Oltrepò può diventare lo Champagne d'Italia. Parola di Gian Marco Moratti, classe 1936, Presidente del consiglio di Amministrazione di Saras, società leader nella raffinazione e nel settore energia in Europa, socio accomandatario e Vicepresidente della Angelo Moratti S.a.p.a., Vicepresidente di Confindustria, componente del consiglio direttivo e della giunta dell'Unione Petrolifera, Presidente vicario dell'Istituto di Economia delle Fonti di Energia

dell'Università Bocconi di Milano.

Una biografia ufficiale che, da sola, potrebbe occupare un intero capitolo, comprendendo i ruoli ricoperti nella Presidenza dell'Unione Petrolifera, nel Comitato Ministeriale per l'Industria e l'Ambiente, nel Consiglio di Amministrazione del Corriere della Sera in quello della Banca Nazionale del Lavoro.

E non sarebbe tutto. Petroliere, per dirla in estrema sintesi.

***Una giornata nell'azienda  
“Castello di Cigognola”  
guidati dal patron Gian Marco,  
con in presidente della Camera  
Piero Mossi e l'enologo  
della tenuta Emilio Defilippi***

Se il contesto familiare può contribuire alla conoscenza, ecco qualche altra informazione. Marito di Letizia Brichetto Arnaboldi, che è stata Ministro dell'Istruzione dal 2001 al 2006 e che, dal 2006, è Sindaco di Milano, la città dell'Expo 2015. Fratello di Massimo Moratti, presidente dell'Inter. Figlio di Angelo Moratti che, negli anni '50 e '60, gettò le basi di un impero petrolifero, il primo in Italia e in Europa, e che trasformò, da presidente, l'Internazionale Football Club

Pavia economica

nella Grande Inter di Helenio Herrera e di Sandro Mazzola. Questo il Gian Marco Moratti che si sa, della finanza, dell'economia e della cronaca. Ma il Gian Marco Moratti che abbiamo incontrato, in una giornata di metà settembre, a Cigognola era quello di cui Paolo Massobrio, in un articolo pubblicato su La Stampa lo scorso 24 luglio, ha scritto: "Son tutti uguali i vignaioli dopo una grandinata, raggiunti da un misto di tristezza e di gratitudine: per ciò che hanno perso e per ciò che hanno salvato. Gianmarco Moratti è vignaiolo in Oltrepò, nel castello di Cigognola e dal 2003, in controetichetta, firma il suo rosso con la moglie Letizia. Ma l'altro giorno al telefono era come i vignaioli che son corsi tra i filari a contare i danni". Come i vignaioli, come i "vignerons" di quella Champagne che un giorno potrebbe far rima con Oltrepò. Vignerons, si fa per dire, sia per i produttori di Champagne sia perché senza dubbio non è questa l'unica attività di Gian Marco Moratti, l'elenco iniziale è esplicito al riguardo. Ma, in un giorno di settembre a Cigognola, si scopre che questa è la sua passione. Una passione che non è un'equivalenza investimento/impresa e nemmeno sfizio di chi, avendo tanto, può permettersi qualcosa in più, magari una passeggiata fra i filari dopo una seduta sul prezzo del petrolio nel mercato internazionale. Lo dice subito: "Questo non è un hobby, bisogna sempre lavorare, seguire l'andamento dell'Azienda. E bisogna rispettare la tradizione, quella del luogo e quella del territorio". Lo dice durante una conversazione con il Presidente della Camera di Commercio di Pavia, Piero Mossi, e con Emilio Defilippi, enologo, responsabile dell'Azienda "Castello di Cigognola" e della sua cantina. Un incontro non per delineare massime strategie, ma per parlare, come si fa in una conversazione, dell'Oltrepò, quello del vino. Quello scelto da Gian Marco Moratti nell' '82 perché diventasse, come è diventato, il luogo della sua Azienda. Scelta in qualche



modo scritta nel libro di una famiglia, i Brichetto Arnaboldi, proprietari del castello di Cigognola dal '700. "Dopo averlo rilevato da mio suocero – spiega Moratti – mia moglie ed io prima abbiamo ristrutturato il castello, ma poi abbiamo deciso di procedere a un altro tipo di ristrutturazione, quella dell'azienda che produce vino". Denominatore comune dei due interventi: il rispetto della tradizione. Da una parte, mattoni in cotto, dall'altra la Barbera, "perché qui il vino rosso si produce sin dal 1300 – indica Moratti – ed è stata la voce principale di entrata sino agli anni '60, lo testimoniano documenti d'archivio medievali e recenti. Il vino rosso lo fa il terreno e in Oltrepò, che è Antico Piemonte, il terreno è anche migliore di quello del Piemonte". Tradizione del vino, con l'imprinting di uno fra i cinque più autorevoli wine maker del mondo, Riccardo Cotarella: "All'inizio ci siamo confrontati sull'opportunità di coltivare i cosiddetti vitigni internazionali, ma la tradizione in Oltrepò parla chiaro: Barbera e Croatina". L'inizio è dieci anni fa, quando l'Azienda comincia ad avere progetto e forma. All'inizio erano 17 ettari. Ora sono 27, di cui 20 in produzione, gli altri dedicati a Pinot nero e Chardonnay, destinazione Metodo Classico con una componente di Pinot nero all' 80- 90%. Nel 2006 si affaccia sul mercato la prima bottiglia di Barbera prodotta da Castello di Cigognola, annata 2003 (produzione totale: 5.000 bottiglie). L'esito è un exploit sulle guide e sulle tavole, dalla migliore ristorazione alle più accreditate enoteche italiane, di Stati Uniti e Inghilterra. La Guida dei Vini d'Italia dell'Espresso così scrive: "Non poteva iniziare in modo migliore l'avventura enologica in Oltrepò di Gian Marco e Letizia Moratti. La loro Barbera, infatti, si conferma già all'esordio come la più interessante e

rappresentativa dell'intera denominazione in virtù di un carattere e di un equilibrio superiori. Attendiamo i prossimi sviluppi". Il metodo – Moratti, riguardo alla Barbera, parla chiaro da subito: 3800 ceppi/ettaro, rese non superiori a 25 quintali/ettaro, diradamenti decisi ("Raccogliamo una media di un chilo a pianta, eliminando circa il 50% dei grappoli", spiega Defilippi), vendemmia a mano, affinamento per 12 mesi in barriques nuove di rovere francese di Tronçais, 16 mesi in bottiglia. Intanto la ristrutturazione, quella del mattone, prosegue, con la firma progettuale dell'architetto Pierluigi Cerri. E prendono forma la barricaia (capienza 150 barriques), la sala degustazioni (con piano di degustazione in Corian, lampadari in acciaio e calici provenienti da San Patrignano, l'altra passione e l'altro impegno di Moratti), e il caveau (con scaffalature in legno ad alveare e una speciale areazione per garantire la stabilità della temperatura). Si realizza l'auditorium di 70 posti, perché la cantina viva (anche) di incontri e confronti d'idee. Nel 2007, si conferma l'exploit del primo anno. E' la volta della

Barbera 2004. “Un palato potente, strutturato, dotato di una tale forza motrice gustativa da staccare con autorevolezza il resto della concorrenza”, scrive la Guida dei Vini d'Italia dell'Espresso. La guida dei Vini di Veronelli aggiudica un giudizio “Super 3 stelle” (l'anno precedente, un “sole” nella Guida Oro). Ed eccoci al 2008, con due novità e una terza in cantiere. Prima novità: la Barbera che sarà immessa sul mercato nell'anno in corso (annata 2005) aggiunge una specifica al suo nome. Si chiamerà Barbera “Poggio della Maga”, dal nome della vigna da cui si ottiene. Seconda novità: alla Barbera già affermata, si accosta un'altra Barbera, una versione base, che si chiama “Dodidodici” (dall'anno di inaugurazione del castello, il 1212) e che ha una storia di 6 mesi di affinamento in legno grande, annata 2006. Il 2008 è anche l'anno dei grandi risultati in guida, a partire dai 3 bicchieri per la Barbera “Poggio della Maga” 2005 assegnati dalla guida Vini d'Italia di Gambero Rosso – Slow Food Editore. Un risultato di altissimo prestigio, che però non è il solo nella guida di Gambero Rosso – Slow Food: all'ultima nata dell'Azienda Castello di Cigognola, la Barbera 1212, sono stati assegnati infatti i due bicchieri rossi. In sintesi: due prodotti, due successi immediati. Totale bottiglie di Barbera in produzione: 30.000. In cantiere, il Metodo Classico, credendo con convinzione alla vocazionalità dei terreni al Pinot nero e allo Chardonnay, con un biennio di sperimentazione già attuato. La domanda immediata è: ma quanto costa? La risposta di Gian Marco Moratti: “Bisogna fare qualità, ma a prezzi non troppo alti. E bisogna farlo sempre meglio, perché se ne beve sempre meno”. Il che si traduce in 15 Euro per la Barbera Castello di Cigognola “Poggio della Maga” e in meno di 7 Euro per la Barbera “Dodidodici”, prezzo al produttore. Prezzi su cui riflettere, tenuto anche conto che la parola tradizione, qui al castello di Cigognola, non è una boutade promozionale. Basta leggere l'eti-

## La regola della sobrietà

“Il vino è piacere e salute. Bevi con sobrietà”: il motto è riportato su tutte le bottiglie dell'Azienda Castello di Cigognola. Lo slogan non è nato qui, sulle colline dell'Oltrepò, bensì nel 2004 a San Patrignano, la comunità di recupero dalle tossicodipendenze fondata da Vincenzo Muccioli e, dopo la morte del padre, gestita dal figlio Andrea. Il motto invita ad apprezzare il vino per il piacere che dà e per i suoi benefici sulla salute, ma con giusta moderazione. Dal 2004, tutte le bottiglie prodotte a San Patrignano riportano il motto. Hanno dato la propria adesione allo slogan, apponendolo sulla propria produzione in bottiglia, varie Aziende vitivinicole italiane fra le più affermate; il motto è condiviso dalle più importanti associazioni di degustazione, assaggio e promozione del vino. Il legame della famiglia Moratti verso la comunità di San Patrignano e in suo sostegno sono noti. Naturale che anche sulla Barbera Castello di Cigognola comparisse lo slogan che invita a un consumo consapevole del vino. La stima verso Andrea Muccioli da parte di Gian Marco Moratti si estende anche all'ammirazione per i vini di “Sanpa”. Alla domanda sul suo vino preferito, la risposta è immediata: “Sangiovese di Romagna Superiore Riserva Avi 2004 San Patrignano”.

chetta della Barbera più blasonata, non soltanto dalle Guide, ma letteralmente perché riporta gli stemmi dei Visconti, signori del castello nel Medioevo, e degli Arnaboldi, successivi proprietari. L'etichetta racconta un paragrafo di storia, un documento del '600 conservato negli archivi del castello. E sono anche tanti i documenti che confermano come le vigne, in Oltrepò, siano da sempre il patrimonio economico e l'oggetto di contratti, eredità, cessioni, donazioni, data la “bontà e la salubrità” dei vini (la definizione è formulata in un manoscritto del XIV secolo conservato nell'Archivio Storico di Milano). Tradizione, anche nelle botti. Per ora si parla di barriques, ma presto arriveranno a Cigognola le botti tradizionali dell'Oltrepò, della capienza di 620 litri, già commissionate alla Fabbrica di botti Gamba di Castell'Alfero, in provincia di Asti, uno dei più noti (e ormai pochissimi, in Italia) costruttori di botti di artigianato specializzato, a partire dalla scelta del legno. Che sarà di rovere francese, non di castagno come nella storia dell'Oltrepò, per una precisa scelta di resa qualitativa. Fin qui, il progetto e l'Azienda. Ma Gian Marco Moratti, conversando con il Presidente Mossi, concorda con lui su un fatto: “L'Oltrepò ha già un'identità territoriale, va valorizzata. E' un territorio che ha la fortuna di essere rimasto praticamente intatto e preservato da interventi invasivi. Credo sia questo il percorso da seguire, la tradizione. E' quello che stiamo attuando come Azienda: ritrovare e valorizzare nella nostra terra qualcosa di tipicamente nostro, portare avanti le nostre radici storiche. Noi, ad esempio, abbiamo avviato uno studio sui casolari, prima di procedere alle ristrutturazioni e per individuare le loro caratteristiche storiche territoriali”. E di fronte alla domanda di Mossi sull'individuazione delle tipicità del vino, la risposta non lascia margini di dubbio: “Barbera e Croatina, entrambe legate alla tradizione. La Croatina in particolare come vino da completamento, ideale in aggiunta alla Barbera. E poi il

Pinot nero, per il Metodo Classico. La tipicità italiana, ampliando il discorso dall'Oltrepò, è estremamente interessante, dalla Sicilia alla Valtellina, nella sua estrema varietà”. E a Mossi che sottolinea come “senza tipizzazione il vino è destinato a perdere valore”, Moratti aggiunge: “E' indispensabile rispettare il territorio e il suo ambiente per ottenere buoni risultati. Ad esempio, il nostro geologo dice che le vigne non hanno bisogno di concimi e non è un terreno siccitoso. Per tutte queste ragioni, cerchiamo di intervenire il meno possibile. E la tipologia del terreno in questo senso ci aiuta”. La composizione delle vigne, esposte in gran parte verso nord, est e ovest, è “leggermente calcarea con terreno fertile di grande profondità e abbondanza d'acqua anche a quote considerevoli. La pendenza può essere penalizzante – osserva Defilippi – ma procediamo comunque non con trattamenti aerei, ma da terra”. Secondo la tradizione, nel rispetto dell'ambiente, ma senza eccessi e fanatismi, puntando sull'equilibrio fra storia e tecnica. “Anche nel castello, sebbene sia stato costruito nel Medioevo, la mia famiglia ha installato termosifoni”, indica sorridendo Moratti (sottolineando però che: “comunque certamente non è stato facile ottenere l'autorizzazio-

ne"). E il concetto riprende una dichiarazione di Moratti rilasciata nell'agosto di un anno fa a WineNews Tv: "Il mondo del vino mi piace perché racchiude tecnologia dell'industria e forza dell'agricoltura". Forza della tradizione, ma anche forza di un territorio ("Un giorno, un esperto enologo americano, mio ospite a pranzo, ha espresso positivi commenti per i vini ma era sorpreso ed entusiasta delle portate, tutte cucinate secondo la tradizione dell'Oltrepò"), territorio che, mutuando un'immagine calcistica, secondo Moratti ha i numeri per non fare più la riserva a vantaggio di altri territori, ma per muoversi da protagonista. "E' importante, per questo, avere un progetto comune, che superi le divisioni", accenna Mossi. E Moratti continua: "E' un territorio molto frazionato, per ragioni storiche e di distribuzione delle eredità, stesso difetto che ha la Borgogna. Io penso che se le aziende avessero un'estensione minima di 15 o 20 ettari, combinata al vino di qualità, questo territorio s'imporrebbe come vincente. L'importante è soprattutto credere in ciò che si fa, metterci l'anima. O un vino ti dà una sensazione, o è inutile farlo". La sensazione che la sua Barbera dà a Moratti è racchiusa in un ricordo: "Quando avevo 30 anni, mangiavo pochissimo, con scarso o nessun interesse per il cibo e per il vino. Una sera un amico mi invitò a cena nel ristorante Il Sole di Maleo, nel lodigiano, del cuoco Franco Colombani. Lì andavamo con una compagnia simpaticissima, con Jannacci, Cochi e Renato, Teo Teocoli. Quella sera, mangiai come gli altri e ricordo un piatto di orecchiette al pomodoro che mi rapì letteralmente. Ma, soprattutto, bevvi la Barbera, che Colombani veniva a comperare in Oltrepò, cercando fra i prodotti migliori. Quando è uscita la prima Barbera Castello di Cigognola, al primo assaggio mi ha ricordato quella sera, per me carica di emozioni positive, e le ho rivissute. E' come se avessi ritrovato le mie radici. Noi siamo una famiglia di origine bergamasca, che per quat-



trocento anni ha vissuto con il lavoro della terra, poi mio nonno si è laureato in Farmacia e si è trasferito a Milano. Ma il 'senso della terra' è rimasto dentro e qui, a Cigognola, l'ho ritrovato". A Mossi che rimarca l'importanza della progettualità per il futuro, Moratti conferma: "Qui mi sono preso una responsabilità e spero di arrivare a far qualcosa per questo territorio. Quando si fanno investimenti in agricoltura, lo si fa sempre per le generazioni future. E' quello che ho pensato iniziando la ristrutturazione: questo sarà il posto dove un giorno i miei figli potranno decidere di venire a vivere e a lavorare". La ristrutturazione dell'Azienda Castello di Cigognola non è ancora conclusa: entro la fine dell'anno sarà terminata la nuova cantina ed è in programma la realizzazione di una foresteria. Gli spazi aziendali saranno aperti, in un futuro non lontano, anche a visite. Il parallelo con la Champagne potrebbe quindi non essere soltanto una questione di vini, ma anche uno standard di accoglienza, con indotto su tutto l'Oltrepò e sulla provincia di Pavia. Come accade nelle più grandi case di produzione di Champagne, l'Azienda Castello di Cigognola è espressione di una storia territoriale, economica, vitivinicola, monumentale. Fra i luoghi da conoscere per i vini, ma anche per le testimonianze architettoniche, il patrimonio culturale. E' la riflessione che nasce osservando Mossi e Moratti che sfogliano insieme una delle pubblicazioni fotografiche realizzate dalla Camera di Commercio di Pavia e dedicate a tutto il territorio della provincia e ai suoi più rilevanti monumenti. Se la Champagne significa Reims, con la sua cattedrale, Pavia vuol dire la Certosa, San Pietro in Ciel d'Oro, San Michele, la Piazza Ducale di Vigevano, il Duomo di Voghera, l'eremo di Sant'Alberto di Butrio, la chiesa romanica di Montalino a Stradella, il complesso della Certosa

Cantù di Casteggio. Il parallelo Cigognola – Epernay, cuore vitivinicolo della Champagne, potrebbe non essere azzardato, anche grazie alla posizione del castello, all'imbocco della Valle Scuropasso e dominante su tutta la Pianura Padana, con panoramica su Milano e su tutto l'arco delle Alpi. Un cammino che non s'inventa, ma che le risorse del territorio consentono di progettare e l'esempio dell'Azienda Castello di Cigognola è significativo al riguardo. "Ma l'importante – commenta Moratti – è avere un team di persone che credano nel progetto fino in fondo, non basta la fiducia. E' un insegnamento che mi deriva da mio padre. Nel '48, quando in Italia non esistevano raffinerie, mio padre andò in America, prese in senso letterale una raffineria e la fece portare in Italia. Ma ciò che fece funzionare il tutto furono la scelta e l'organizzazione delle persone. Nel caso della nostra Azienda vitivinicola, la collaborazione con Cotarella, un amico ancor prima che un consulente, e con Emilio Defilippi, al quale dico sempre, quando si scusa per il fatto che mi chiama per qualcosa da risolvere, che così si deve fare, che anzi mi piacerebbe se mi chiamasse tutti i giorni, perché l'Azienda è qualcosa di vivo, che ogni giorno ha sue necessità". Alla fine della conversazione, il discorso torna sull'argomento iniziale, toccato anche da Paolo Massobrio nel suo articolo dello scorso luglio dedicato alla presentazione di "Dodici dodici": e la grandine? "La grandine c'è stata e ha colpito i vigneti – conferma Moratti – ma noi avremmo comunque fatto un deciso diradamento. Anche questa mattina sono andato nelle vigne e direi che, forse con qualche calo, la situazione è stata stabilizzata. Diciamo che siamo stati fortunati, dato il tipo di esposizione dei nostri filari". Lo dice come lo direbbe uno dei tanti "vignaioli" dell'Oltrepò, alla vigilia della vendemmia. Gian Marco Moratti. Il re italiano dell'oro nero e, da qualche anno, anche dell'oro rosso che è la sua Barbera dell'Oltrepò Pavese.

# Paviamostre

## Autunno Doc edizione 56: il successo continua

Archiviata la 56esima edizione, l'Autunno Doc tira le somme. Il tradizionale appuntamento enogastronomico è stato organizzato come sempre da Paviamostre, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, della Regione Lombardia, della Provincia di Pavia e il contributo di Banca Centropadana.

L'obiettivo principale della Camera di Commercio di Pavia è, e continuerà a essere nei prossimi anni, quello di rendere Autunno Doc a Pavia la manifestazione di punta per la promozione dell'alta qualità delle eccellenze tipiche dell'enogastronomia pavese, meta di espositori selezionati e di pubblico amante del cibo genuino e del buon vino. E ancor più in questo periodo in cui la crisi economica internazionale non esclude più alcun settore, molto coraggiosamente Autunno Doc è stato realizzato dando continuità a una tradizione lunga più di mezzo secolo.

L'affluenza di pubblico è stata molto numerosa durante le cinque giornate della manifestazione. I visitatori hanno potuto degustare i prodotti tipici offerti dai migliori espositori presenti a Palazzo Esposizioni, allestito quest'anno con uno stile pratico ed elegante per consentire di vivere al meglio le numerose iniziative organizzate ad hoc per questo tradizionale appuntamento con la "buona cucina" pavese e lombarda.

La serata inaugurale dell'11 settembre ha visto la partecipazione delle autorità locali e dei rappresentanti dei numerosi consorzi delle eccellenze pavesi oltre che



di un folto pubblico che ha potuto apprezzare fin da subito le nuove iniziative in programma.

Dopo il taglio del nastro da parte di Piero Mossi, Presidente della Camera di Commercio di Pavia, Autunno Doc ha preso il via con tutte le iniziative previste in programma, a partire dall'incontro tra il pubblico e il noto giornalista enogastronomico Paolo Massobrio, che alle 19 si è svolto nel salotto allestito presso l'Area Degustazioni. Contemporaneamente sono iniziate le degustazioni di Salumi&Formaggi che hanno riscosso grande apprezzamento da parte del pubblico, grazie all'alta qualità dei prodotti offerti a un prezzo davvero modico.

Come ogni anno il Salone dei Risotti ha avuto ogni sera il tutto esaurito grazie ai ristoratori selezionati che hanno proposto al pubblico le migliori ricette della tradizione risicola pavese e lombarda abbinate a selezionati vini dell'Oltrepò Pavese. Per non parlare delle cene svoltesi ogni sera nell'elegante Salone Ristorante al primo piano, dove i migliori chef hanno dato il meglio della loro arte culinaria preparando ogni sera menù raffinati e gustosi secondo la migliore tradizione pavese e lombarda. La nuova iniziativa FormagginCascina allestita in una tenso-struttura nell'area esterna di Palazzo Esposizioni ha dato l'oppor-

tunità di acquistare formaggi tipici e latte fresco direttamente dai produttori caseari locali, con conseguente risparmio e garanzia di qualità per i visitatori presenti in mostra. Altra iniziativa che ha riscosso molto successo è stata "Gustando... si impara" il corso gratuito in cinque lezioni per aspiranti assaggiatori di vino, curato dalla delegazione di Pavia della Fisar, Federazione Italiana Sommeliers Albergatori e Ristoratori. A questa interessante iniziativa hanno partecipato ogni sera una quarantina di persone seriamente interessate a cominciare o approfondire la conoscenza dei vini e il giusto metodo per degustarli. Come sempre i laboratori delle Fattorie didattiche hanno proposto interessanti e utili momenti di apprendimento e divertimento per la gioia dei bambini che vi hanno partecipato. Una iniziativa ormai consolidata che di anno in anno vede crescere il numero dei partecipanti. Nelle giornate di sabato e domenica, grandi e piccini hanno potuto ammirare gli splendidi esemplari di bovini della razza Frisone e la sfilata dei cavalli Haflinger. Per non parlare del successo ottenuto dalla esposizione di meravigliosi conigli e coniglietti nell'area esterna di Palazzo Esposizioni. Oltre ai conigli anche i numerosi esemplari di pecore (anche nere), capre e maialini hanno fatto la gioia dei più piccoli.

Un particolare ringraziamento va tributato alla Banca Centropadana e ai due media partner Gammaradio Pavia e Radio Ticino Pavia, che hanno offerto aggiornamenti e collegamenti in tempo reale da Palazzo Esposizioni.

***Palazzo Esposizioni è stato allestito con uno stile pratico ed elegante per consentire di vivere al meglio le numerose iniziative organizzate negli spazi di degustazione della "buona cucina" pavese e lombarda***

# Accordo di programma

## Un progetto di rilancio: Le porte della Val Staffora

La Camera di Commercio di Pavia in attuazione di quanto previsto dall'Accordo di Programma sottoscritto tra Regione Lombardia e Sistema Camerale Lombardo ha approvato e presentato un progetto denominato "Le Porte della Valle Staffora". Regione e Camera hanno stanziato dei fondi per la valorizzazione e riqualificazione delle imprese della rete commerciale dei Comuni di Voghera, Rivanazzano e Godiasco.

### Obiettivi

Il presente bando propone obiettivi essenziali e concreti per qualificare ed innovare la rete distributiva di vicinato di tre comuni del territorio pavese, accogliendo e facendo propri i principi guida che fondano l'azione regionale nel sostegno al comparto commerciale (Obiettivo 3.8 del DPEFR 2008 - 2010; L.r.1/2007; Piano Triennale per lo Sviluppo delle PMI Commerciali - DCR nr. 527 del 19.2.08) e attuando concretamente il principio di sussidiarietà giacché il bando nasce dalla partecipazione attiva tra Regione Lombardia, Sistema Camerale Lombardo, Enti Locali e forme associative delle PMI interessate. Il commercio di vicinato è un settore economico che genera ricchezza ed occupazione, assicura servizi e vitalità ai centri cittadini, produce coesione sociale e suscita una maggiore attrattività dei centri urbani, il presente bando intende quindi offrire alle imprese commerciali (PMI) contributi economici per la realizzazione di interventi necessari a riqualificare, valorizzare e rafforzare la qualità del servizio offerto e consolidare la loro competitività. S'intende così creare le condizioni per innalzare la qualità della rete distributiva di vicinato

dei territori interessati, puntando sul commercio quale volano strategico per innalzare la competitività di una parte significativa del territorio pavese, elemento catalizzatore di risorse che vari soggetti (pubblici e privati) in esso presenti hanno deciso di condividere in vista di un obiettivo comune, ispirandosi ai principi di sussidiarietà e partenariato. L'intervento previsto, sostenendo i soggetti privati del comparto commercio, completa ed integra, tutti i progetti pubblici previsti nell'ambito del progetto "Le Porte della Valle Staffora", che risultano ad essi strettamente complementari e connessi.

Ciò che si propone è in definitiva un intervento integrato per il territorio interessato, che pur sostenendo i singoli esercizi, valorizza le peculiarità di ciascun ambito, ottimizzando le sinergie tra i tre territori dei comuni di Voghera, Rivanazzano e Godiasco, realizzando un "SISTEMA" capace di mettere in rete le risorse, ottimizzandone i benefici per tutte le realtà economiche e sociali in esso presenti.

### Risorse

Le risorse disponibili per il finanziamento del presente bando ammontano complessivamente ad Euro 600.000,00, di cui Euro 500.000 a carico di Regione Lombardia (DG Commercio, Fiere e Mercati) e Euro 100.000 a carico della Camera di Commercio di Pavia. Le richieste giudicate ammissibili verranno finanziate fino ad esaurimento della disponibilità complessiva.

### Ripartizione della dotazione finanziaria fra i comuni interessati:

Voghera, 60%, 360.000 euro; Rivanazzano, 20%, 120.000 euro; Godiasco, 20%, 120.000 euro.

Si prevede la possibilità per le imprese di un determinato comune che abbiano esaurito la propria dotazione, di attingere alle risorse rimaste eventualmente disponibili negli altri contesti.

### Beneficiari

Possono richiedere i benefici previsti dal presente bando unicamente i soggetti privati che soddisfino i seguenti requisiti:

- Micro, Piccole e Medie imprese commerciali con sede operativa nei Comuni di Voghera, Rivanazzano e Godiasco che alla data di presentazione della richiesta

di contributo:

- risultino già iscritte al Registro delle Imprese della Camera di Commercio di Pavia;
- esercitino attività prevalente compresa negli elenchi riportati all'Allegato A del presente bando; Sono comunque escluse dal presente bando le seguenti categorie di imprese (secondo i codici Ateco 2007):
- G 45 - Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli;
- G 46 - Commercio all'ingrosso e Intermediari del commercio;
- I 55 - Attività dei servizi di alloggio (Alberghi, B&B, Campeggi e strutture simili).

Le PMI commerciali alla data di presentazione della richiesta di contributo devono altresì:

1. essere micro, piccola e media impresa secondo i parametri fissati dal Decreto del Ministero delle Attività Produttive 18 aprile 2005 "Adeguamento alla disciplina comunitaria dei criteri di individuazione di piccole e medie imprese", in recepimento del Reg. 2003/361/CE del 6 maggio 2003;
2. non essere sottoposte a procedure concorsuali a liquidazione e non trovarsi in stato di difficoltà ai sensi della Comunicazione della Commissione Europea 1999/C288/02;
3. risultare in regola con l'iscrizione e il pagamento del diritto annuale, dovuto alla CCIAA di Pavia, negli ultimi cinque anni.

La domanda di contributo, l'elenco delle finalità del bando e delle attività commerciali ammesse sono scaricabili dal sito [www.pv.camcom.it](http://www.pv.camcom.it) > finanziamenti

**Bando per la concessione di contributi per le Piccole e Medie Imprese del commercio, per i comuni di Voghera, Rivanazzano e Godiasco. 600.000 euro, da parte di Regione Lombardia e Camera di Commercio**

# Paviaform

## Formazione e consulenza: e l'azienda cresce

Paviaform, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, propone il catalogo dei corsi di formazione che si tengono da settembre a dicembre 2008. Il calendario prevede appuntamenti gratuiti dedicati ad aspiranti imprenditori e imprenditrici, lavoratori e lavoratrici autonomi e liberi professionisti. In programma anche iniziative di formazione aziendale destinate ad imprenditori, dipendenti e collaboratori. Ecco nel dettaglio tutte le date dei corsi:

### Formazione aziendale

**Il problem solving: tecniche e metodologie di gestione dei problemi**

25 settembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 90,00 + iva).

### Amministrazione del personale

9 e 16 ottobre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 180,00 + iva).

### Il bilancio per non addetti

7 ottobre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 90,00 + iva).

### Innovare il ruolo del responsabile della qualità

24 ottobre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 90,00 + iva).

### Le ricerche di mercato fai da te

6 novembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 90,00 + iva).

### Gestire le riunioni

11 novembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 90,00 + iva).

### Marketing fieristico

13 e 20 novembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 180,00 + iva).

### La nuova norma iso 9001:2008

25 novembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (euro 90,00 + iva).

### La logistica per le aziende di produzione

1 e 12 dicembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (gratuito).



### Corso in collaborazione con GAL Alto Oltrepò S.r.l.

Internet per la promozione dell'impresa

29 settembre e 13 ottobre dalle ore 9.15 alle ore 13.15 - sede Varzi (gratuito).

29 settembre e 13 ottobre dalle ore 14.00 alle ore 18.00 - sede Varzi (gratuito).

### Orientamento all'auto-imprenditorialità

**Aprire una impresa innovativa nel settore dei servizi per l'infanzia**

15 e 22 settembre 2008 dalle ore 9.00 alle ore 13 (gratuito).

**Mettersi in proprio: scelta della forma giuridica e aspetti fiscali, amministrativi e contabili**

16 settembre 2008 dalle ore 9 alle ore 13 (gratuito).

**Aprire una nuova impresa: dall'analisi di fattibilità economica e finanziaria alla richiesta di finanziamenti alle banche**

23 settembre 2008 dalle ore 9 alle ore 13 (gratuito).

### Imprenditori oggi

4 novembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 (gratuito).

### Crea la tua impresa in provincia di Pavia

6 - 13 - 20 - 27 novembre e 4 dicembre 2008 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 - sede Vigevano (gratuito).

***Il catalogo dei corsi fino a dicembre messi a disposizione dalla Camera comprende ambiti amministrativi e puramente gestionali e manageriali. Mentre il progetto F.A.R.E. porta l'esperto direttamente in impresa***

Informazioni: Paviaform, C.so Strada Nuova, 47/d (ingresso Cupola Arnaboldi) Pavia. Tel. 0382393271 - 417, e-mail: paviaform@pv.camcom.it.

### Un esperto di export in azienda

Il progetto "F.A.R.E. internazionalizzazione", è destinato a facilitare e assistere le imprese della provincia di Pavia nella costruzione di reti di relazioni per l'export. Il progetto nasce nell'ambito dell'Accordo di programma tra la Regione Lombardia e le Camere di Commercio di tutta la regione e, per quanto riguarda la nostra provincia, mette a disposizione, gratuitamente, nel periodo da ottobre 2008 ad aprile 2009, servizi di assistenza personalizzata per 3 piccole e medie imprese nel settore della meccanica calzaturiera e altri 3 nel settore dei cosiddetti beni strumentali, che abbiano sede legale o operativa in provincia di Pavia. Il servizio offerto consiste nella presenza di un esperto (di Assomac o del Consorzio Pavia Export) che si reca in azienda con lo scopo di creare o migliorare la collaborazione con i partner esteri dell'azienda stessa. L'attività di ogni esperto si svolgerà nell'arco di un totale di 6 giornate. Si comincia con un'analisi dei punti di forza e di debolezza dell'impresa rispetto all'internazionalizzazione; poi si definirà un programma (cioè un piano di marketing e un piano commerciale per l'estero); infine il supporto all'attività vera e propria. Contestualmente l'esperto presenta dei report sul procedere del lavoro.

Informazioni: LombardiaPoint, tel. 0382 393215, e-mail lombardiapoint.pavia@pv.camcom.it.

# Benemeriti

## Premiazione fedeltà al lavoro

Si rinnova anche quest'anno per la 56a edizione l'appuntamento con la premiazione dei Benemeriti del Lavoro.

Saranno 67 le medaglie d'oro del conio camerale assegnate con relativa pergamena ad altrettanti diplomati per la Fedeltà al lavoro e al progresso economico con un curriculum di almeno 35 anni di attività. Saranno 18 imprese di cui 1 centenaria, 46 dipendenti e 3 dipendenti divenuti poi imprenditori, che prenderanno parte alla tradizionale cerimonia dei Benemeriti del Lavoro, che si terrà il 30 novembre 2008, alle ore 10 presso il Teatro Fraschini di Pavia. Questa iniziativa di riconoscimento pubblico, che la Camera di Commercio rinnova annualmente, vuol dare testimonianza dell'impegno con cui i lavoratori hanno vissuto la loro vita lavorativa, spesso pregna di sacrifici e rinunce. I protagonisti del lavoro, celebrati per la loro fedeltà, danno lustro ai nostri settori - artigianato, agricoltura, commercio e industria - e scrivono ogni giorno una pagina nuova e indelebile dell'economia della nostra provincia.

La cerimonia del 30 novembre vedrà anche la tradizionale assegnazione dei Premi Speciali, consegnati quest'anno a 10 personalità eccellenti, legate a Pavia per nascita o per ragioni di lavoro, che si sono distinte per la loro dedizione lavorativa nei più svariati campi economici, professionali e artistici. I nomi illustri premiati, che saliranno sul palco del Teatro Fraschini, saranno di professori, accademici e medici, giornalisti e pianisti, ristoratori, produttori di salumi e imprendito-

ri. Non solo imprenditori affermati saranno i protagonisti della cerimonia, ma anche i giovani studenti degli istituti superiori che hanno vinto il concorso "Scuola, creatività e innovazione", la competizione nazionale in cui si sfidano ogni anno anche le nostre scuole per inventare un prodotto o un servizio innovativo.

Questa quarta edizione vede classificati al primo posto (1500 euro) e al secondo posto (1000 euro) l'Istituto Maserati di Voghera con i progetti Ecostirling e Sistema di gonfiaggio pneumatici e al terzo posto (500 euro) l'Istituto Pollini di Mortara con il progetto Regional rail foods. Agli insegnanti coordinatori sarà consegnata una medaglia del conio camerale. La cerimonia sarà aperta da un concerto dell'Orchestra d'archi dell'Istituto Superiore di Studi Musicali Franco Vittadini di Pavia: il programma comprende l'Inno di Mameli, l'Inno alla Gioia di L.W. Beethoven e la Primavera da Le quattro stagioni di A. Vivaldi.

Ecco i nomi dei Benemeriti 2008 che il Presidente della Camera di Commercio, Piero Mossi, premierà dopo il saluto a tutti gli intervenuti.

### PREMI SPECIALI

**Sigillo d'oro:** Prof.ssa Nicoletta Maraschio, Presidente dell'Accademia Nazionale della Crusca; Uofaa fondata dal Prof. Roberto Spelta, associazione leader per la formazione e la divulgazione della riproduzione artificiale degli animali

**Una vita per:** Angelo Dedomenici, produttore del Salame di Varzi; Giovanni Ganimede, procuratore ad negotia nel settore delle materie plastiche; Gastone Mattioli, imprenditore nel settore della sicurezza; Luigi Panigazzi, medico ed ex Senatore della Repubblica; Franco Torti, ristoratore di Salice Terme

**Pavesi nel mondo:** Gianni Merlo, Presidente della Associazione Internazionale Stampa Sportiva e caposervizio atletica, sci e politica olimpica alla Gazzetta dello Sport; Pierluigi Sampietro, pianista di fama internazionale; Mario Ireneo Sturla, medico sportivo con incarichi internazionali.

**Ecco i nomi delle imprese premiate:** Gelateria Lidia di Gazzotti Loredana e Antonietta Tiziana Snc; Genesi Artemio; Bergamaschi F.lli Cesare e Pietro; Dell'acqua Stefano; Matti Spa; Tizzoni Emanuele; Punto Moda di Balasco Michele e C. Sas; Bolis Srl; Quadrelli Luigi; Baldi Fabio; Fumagalli Giampaola;

La Termovigens di Righetti Gianni; Pioltini Carlina; La Nuova R.E.D. Srl; Vitaloni Marina; MMG di Moncalieri Adriano e Callegari Antonio Snc; Carrozzeria Simeone Snc Di Roberto Simeone e C.

**Imprese centenarie:** Borromeo Giuseppe Carlo, azienda agricola.

**Ecco i nomi dei dipendenti premiati:** Ridolfo Pietro; Valsecchi Gabriele; Dalmato Ermete; Parodi Ermanno; Barrui Gian Pietro; Imperadore Annamaria; Credali Ivana; Gerlanda Enzo; Zanellato Anna; Santi Giuseppe; Miatton Giuliano; Perucchini Maurizio; Ciocca Carlo; Rebaschio Antonio; Emanuele Francesco; Uberti Giuseppe; Guerra Piera Maria; Uccelli Mario; Morini Giuliano; Franchini Antonio; Ferrari Trecate Maurizio; Vicini Maurizia; Arcagni Franca; Bresciani Antonio; Boffini Pierangelo; Cecchetto Giorgio; Giorlanda Angela Maria; Fanfaroni Angelo; Moroni Alba; Marchese Rita; Trovo' Nadia Maria Luisa; Ermetici Giorgio; Figar Franco; Lampugnani Celestina; Gramegna Bruno; Cremesi Luciano; Gavina Massimo; Villaraggia Francesco; Magenìs Giuseppe; Vighi Maria Maddalena; Condino Flora; De Zuani Viviana; Zanardi Graziella; Capra Giuseppe; Torti Pierangela; Chiavegato Stella Donatella.

**Dipendenti diventati imprenditori:** Negri Santino, costruzione macchine per calzature e pelletterie; Scussolin Giuseppe, lavori agricoli meccanizzati conto terzi; Costa Rosaria, parucchiera.