

Efficienza e programmazione: la Camera risponde alla crisi



di Alessandro Scaccheri
Segretario Generale della Camera di Commercio di Pavia

In questo momento particolarmente difficile per l'economia italiana e internazionale, il ruolo di sostegno che la Camera di Commercio svolge nei confronti del sistema locale delle imprese diventa ancor più rilevante. Di ciò la Camera è consapevole e intende adoperarsi per evitare che la crisi dei mercati finanziari in atto si ripercuota in modo eccessivo sulle nostre imprese.

Credo, al riguardo, che questa ferma volontà emerga bene dalla Relazione Previsionale e Programmatica per il 2009, che è stata recentemente approvata dal Consiglio camerale. L'esame di questo fondamentale documento di indirizzo consente di constatare, da un lato, la focalizzazione dell'azione camerale sullo sviluppo del sistema economico pavese e, dall'altro, la capacità della Camera di avere una presenza concreta e dinamica in ambiti fondamentali per la competitività del territorio quali l'internazionalizzazione, l'innovazione e la promozione delle eccellenze turistiche e agro-alimentari. Di fronte all'attuale difficile momento, quindi, l'obiettivo dell'Ente è quello di rafforzare il collegamento con Regione e Provincia per poter ottimizzare l'impiego delle risorse a disposizione, in una logica di costante ricerca dell'efficienza organizzativa.

Accanto a questo laborioso programma di razionalizzazione della propria struttura e di potenziamento degli interventi a favore delle imprese, la Camera sarà anche impegnata, nei primi mesi del 2009, a portare a termine la delicata e complessa procedura di rinnovo dei propri organi di governo, che saranno subito chiamati al compito strategico di elaborare il futuro Programma Pluriennale di Mandato.

Mi pare perciò di poter dire che la vitalità della Camera rappresenti, in questo momento non facile, un elemento di attenzione e di fiducia per le nostre imprese.

GLI ORGANI ISTITUZIONALI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Consiglio

Piero Mossi

Renzo Andreone
Umberto Baggini
Stefano Luigi Bellati
Roberto Bigi
Bruno Calzolari
Angelo Caserio
Maurizio Carvani
Battista Corsico
Giovanni Desigis
Michele Di Palma
Marco Galandra
Cesare Germani
Claudio Gibelli
Giovanni Licardi
Diego Malerba
Alessandro Moro
Piero Mossi
Carlo Ornati
Gabriele Pelissero
Giuseppe Pioltini
Renato Ravicino
Vittorio Rondi
Roberto Sclavi
Giorgio Sempio
Paolo Michele Spalla
Blandino Taccuso
Silvio Tigrino

Presidente

settore Agricoltura
settore Commercio
settore Artigianato
settore Agricoltura
settore Industria
settore Commercio
settore Trasporti e Spedizioni
settore Commercio
settore Agricoltura
settore Servizi alle Imprese
settore Industria
settore Associazioni Consumatori
settore Cooperazione
settore Servizi alle Imprese
settore Credito e Assicurazioni
settore Turismo
settore Artigianato
settore Artigianato
settore Servizi alle Imprese
settore Commercio
settore Industria
settore Industria
settore Industria
settore Industria
settore Artigianato
settore Artigianato
settore Organizzazioni Sindacali

Collegio dei Revisori dei Conti

Dott. Mario Antonio Guallini
Dott.ssa Paola Beolchi
Dott. Roberto Fedegari
Dott. Riccardo Maestri
Dott. Franco Perotti

Presidente
Revisore effettivo
Revisore effettivo
Revisore supplente
Revisore supplente



Franco Branciaroli, una vita sul palcoscenico

intervista di Guido Mariani (Epoché)

Milanese di nascita, ma 'pavese' dal 2000 (sua moglie è di Pavia), Franco Branciaroli è uno dei nomi più prestigiosi del nostro teatro. Formatosi alla Scuola del Piccolo Teatro, negli anni '70 lavora allo stabile di Torino con Aldo Trionfo. Accanto a Carmelo Bene recita nel memorabile e spericolato *Faust-Marlowe-Burlesque*. Condivide un lungo percorso artistico con Giovanni Testori. Grande interprete shakespeariano, è stato anche protagonista di una storica, e originale, edizione di *Medea* di Luca Ronconi. Tra i suoi lavori più apprezzati il recente *Finale di Partita* di Beckett di cui ha curato anche la regia.

Come giudica il mondo del teatro di oggi?

"I teatri non sono più il luogo di una conoscenza speciale, ma sono luoghi di intrattenimento, in cui coesistono scelte di natura e qualità diversa. Le stagioni oggi si costruiscono unicamente in base alle scelte del pubblico e i cartelloni si assomigliano tutti. I direttori artistici sono quasi degli impresari, ma una volta erano come gli allenatori di calcio: facevano delle scelte di cui erano completamente responsabili. Paolo Grassi, ad esempio, proponeva una stagione di prosa in senso stretto in base a una precisa visione artistica."

Nella sua carriera sono stati tanti i ruoli coraggiosi...

"Sono coraggiosi in un contesto teatrale come quello che ho descritto. Ma in realtà la mia carriera dovrebbe rispecchiare un normale percorso artistico di un attore di prosa occidentale."

C'è un personaggio che ha

interpretato a cui è particolarmente legato?

"Hamm di *Finale di partita*. Nella mia ultima interpretazione ho voluto dare al personaggio un accento francese alla Ispettore Clouseau de *La Pantera Rosa*. Samuel Beckett scriveva in francese e spesso le sue sfumature non riescono a essere rese sulla scena, con il rischio che si perda il suo spirito. Beckett infatti deve far ridere. Lo dice lui stesso: 'la cosa che fa più ridere è l'infelicità'. Se non fai ridere interpretando Beckett hai fallito. E per riuscirci ci vuole una trovata esplosiva e io ho provato questo accento alla Clouseau. Il risultato c'è stato e lo spettacolo è stato molto apprezzato."

Il suo nome è molto legato a quello dell'autore milanese Giovanni Testori.

"Fu Aldo Trionfo a presentarmelo, io allora non lo conoscevo. Trovò in me l'attore che stava cercando. Il suo era un teatro di parola, per lui le trame erano 'dispositivi inutili'. E io, milanese della zona della Ghisolfa, appartenevo alle sue terre e avevo la parlata di quelle parti. Trovò in me la natura del suo linguaggio, scrivendo anche delle opere per me che lui chiamava appunto le 'Branciatrilogie'."

Lei, uomo di teatro, ha avuto anche successo al cinema con lo "scandaloso" Tinto Brass.

"Non sono un attore di cinema, non mi sono mai dedicato a quella carriera. Ho avuto però l'avventura di essere stato scelto da Tinto Brass per recitare in cinque suoi film. E' una persona molto intelligente e io mi sono molto divertito a lavorare con lui. Ma la carriera cinematografica è diversa da quella dell'attore teatrale: ci si dedica o a una o all'altra."

Ha scritto due commedie "Cos'è l'amore" e "Lo zio". Come nasce questa vocazione?

"Ne ho scritte anche altre e prima o poi le metterò in scena. Non c'è da stupirsi se un attore è anche drammaturgo, per me è una logica conseguenza. Oggi forse sorprende, ma nelle età d'oro del teatro questa era la prassi. Si pensi a Molière, Shakespeare, Sofocle. A mio giudizio la drammaturgia non è letteratura: si è detto che 'Il teatro non vive di letteratura, ma muore se se ne allontana troppo', io la penso così. E' una scrittura che nasce sulla scena e per la scena. Il fatto che oggi scrivano teatro molti che non appartengono a questo mondo è forse il segno di un declino e di un ambiente in cui ormai si tende ad accettare qualsiasi cosa."

Rimpiange forse i tempi in cui il teatro era un luogo anche di confronti accesi?

"Sì lo rimpiango. Oggi si vuole il teatro pieno a qualsiasi costo. E se il teatro è pieno, qualsiasi cosa va bene. Per cento o duecento spettatori in più si è sacrificata la libertà, la qualità e il coraggio. Se ripenso alle stagioni che organizzava trent'anni fa Aldo Trionfo allo stabile di Torino mi sembra un mondo diverso. In quel caso c'erano scelte coraggiose, ricercate, sperimentazione. Penso che tutto sia iniziato quando la politica, che prima ignorava i teatri, ha incominciato a ritenere che una sala piena fosse questione di immagine e di prestigio. Oggi se ci sono due file vuote sono guai e qualcuno va a dirlo all'Assessore. Invece quando la sala è piena si fa passare qualsiasi cosa. A mio parere questo ha distrutto il teatro."

E' in qualche modo cambiato l'entusiasmo che ha per il teatro?

"Sì. E' aumentato. Questo è un mestiere meraviglioso. E' incredibile pensare che negli ultimi 35 anni ho passato gran parte delle mie serate su un palcoscenico. Da giovane è qualcosa che si fa senza rifletterci, ma oggi, a 62 anni, ne apprezzo di più il valore. Sono in età da pensione, ma continuo a imparare parti a memoria, a mettere in scena spettacoli, a girare l'Italia e ad esibirmi davanti a un pubblico, numeroso o meno che sia. E il mio entusiasmo aumenta, anche perché con l'età c'è meno irruenza nelle decisioni, più consapevolezza artistica e si perseguono scelte più interessanti e meditate."



Gifts for the Gods in Agn's Foot: Egyptian Temples

Collection of
Ancient Egyptian
Temples and
Cultures

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART

Marco Leona, il chimico che ama le opere d'arte

intervista di Guido Bosticco

Chi avrebbe mai detto che una laurea in chimica poteva portarlo ad accarezzare un quadro di Van Gogh o a sfiorare con un dito un dipinto precolombiano?

Marco Leona non sappiamo cosa avesse pensato quel giorno del 1991, in cui uscì dall'Università di Pavia con il diploma di laurea in chimica. Aveva passato cinque anni al Collegio Borromeo ed ora stava per iscriversi al dottorato in mineralogia e cristallografia. Ai tempi della sua permanenza pavese, Leona non pensava ancora all'arte, se non quando andava a visitare qualche mostra, come tutti noi. Certo non poteva immaginare che un giorno sarebbe diventato il Responsabile del Dipartimento di Ricerca Scientifica del Metropolitan Museum di New York. E in effetti il passaggio non è immediato.

"Dopo il dottorato" racconta Marco Leona dagli States "ho avuto una borsa di studio nel Michigan per studiare la termodinamica. Pensavo di fermarmi tre mesi, invece sono ancora qui".

Ma dalla termodinamica all'arte come ci è arrivato?

"Con un finanziamento per uno studio al Los Angeles County Museum of Art. Lì ho preso contatto con i beni culturali dal punto di vista delle analisi chimiche, poi sono stato a Washington ed infine al Met di New York".

Di che cosa si occupa precisamente?

"Le faccio un quadro completo. Il Metropolitan è diviso in diverse sezioni, una delle quali è dedicata agli oggetti. Si va dall'arte moderna all'archeologia, dal legno ad



altri materiali. In sostanza, tutto ciò che non sono dipinti, quadri e così via. Qualche dato: il Met ha circa due milioni di oggetti, distribuiti in 50mila metri quadrati di gallerie; ci sono 130 curatori (che si occupano anche del restauro) e 85 conservatori (esperti di attribuzione delle opere e della valutazione dell'autenticità). Inoltre ci sono 10 scienziati, quelli del mio dipartimento. Noi non ci occupiamo di restauro né di conservazione, ma forniamo elementi utili per quei tipi di lavori. Noi diciamo come sono fatti certi oggetti, che tipo di pigmenti usano, che genere di tessuti, quali coloranti e così via. Sulle opere sconosciute forniamo dati essenziali per la valutazione dell'autenticità e della datazione; mentre dallo studio sulle opere già note creiamo un database su un certo artista, su una certa scuola, identificando i materiali usati e cose simili. O anche, per esempio con un'analisi chimica del vetro, è possibile datarlo e anche collocarne la realizzazione in una certa area geografica".

Tutto ciò ha grandi costi immagino.

"Il 70% del mio lavoro consiste nel trovare fondi, per macchinari, personale, ricerche. Ma negli USA c'è una grossa tradizione di filantropia che aiuta molto".

Da qualche tempo avete anche una collaborazione con il ministero della Giustizia statunitense. Di che si tratta?

"Il ministero utilizza, per applicazioni nel campo della criminologia, alcune tecniche che abbiamo sviluppato noi. L'analisi chimica delle opere d'arte, infatti, pre-

senta alcune difficoltà rispetto ad altri tipi di analisi, in primo luogo perché è necessario rispettare le opere e dunque non si possono utilizzare tecniche invasive. Bisogna prelevare campioni non più grandi di 50 o 100 micron e trattare ogni parte con grande cautela. Sui tessuti utilizziamo la tecnica della spettroscopia di Raman, che eccita una risposta nel campione tramite una sorgente laser, usando fibre del diametro di un capello. E dunque, poiché qui siamo particolarmente forti sullo studio dei coloranti, col ministero di giustizia lavoriamo per l'analisi di documenti manoscritti o stampati, sulle firme, su tutto ciò che è analizzabile dal punto di vista degli inchiostri usati".

Lavorate con i C.S.I. che vediamo in tv?

"La realtà che ho visto io è ben diversa da quella dei telefilm! Anzi, direi proprio che sono più i nostri laboratori ad assomigliare a quelli della tv dal punto di vista delle tecnologie e dell'avanguardia. Di sicuro il nostro lavoro è simile a quello perché ci sottopone una enorme varietà di casi, mentre la polizia in realtà lavora molto nella routine".

Parliamo di Pavia. L'ultima volta che è venuto è stato in occasione della festa del laureato, quando ha tenuto un discorso ai neodottori. Ci torna spesso?

"Sì ho un fratello e molti amici lì, oltre ad alcune collaborazioni con l'Università di Pavia. Anche se da un anno e mezzo sono padre di due gemelli, quindi i viaggi sono un po' più complicati".

Il mercato del lavoro secondo le imprese

di Elisabetta Morandotti

Excelsior=domanda di lavoro. È questo il nome dato al sistema informativo nazionale che contiene i numeri della richiesta di personale espressa dalle aziende italiane. Battezzato così nel 1998, Excelsior spegne quest'anno la sua undicesima candelina.

Si tratta di un'indagine a campione realizzata dall'Unione delle Camere di Commercio Italiane e dal Ministero del Lavoro che ritrae le esigenze di personale e di profili professionali delle imprese intervistate.

Attraverso il progetto Excelsior, inserito tra le statistiche ufficiali con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale, vengono interrogate circa 100 mila imprese con almeno un dipendente per conoscerne in modo analitico i piani occupazionali per l'anno in corso. I dati in tal modo raccolti

I dati dell'indagine Excelsior forniscono ormai da undici anni la fotografia dell'andamento delle aziende a livello nazionale. In provincia di Pavia, è stato un anno di stallo occupazionale

forniscono una conoscenza aggiornata, sistematica ed affidabile della consistenza e della distribuzione territoriale, dimensionale e per attività economica della domanda di lavoro espressa dalle imprese, nonché delle principali caratteristiche delle figure professionali richieste (livello di istruzione, età, esperienza, genere, contratti, difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione, ecc.).

La provincia di Pavia assume ma non cresce

Nelle previsioni degli imprenditori provinciali il 2008 si profila come **un anno di stabilità occupazionale**: la base dei dipendenti non subirà variazioni, per effetto di un numero di assunzioni previste pari a quello delle uscite dal mercato del lavoro (5.690 unità).

Pesa sul dato provinciale complessivo l'andamento negativo del mercato del lavoro **nel terziario e nel comparto del mattone**, i cui risultati annullano per com-

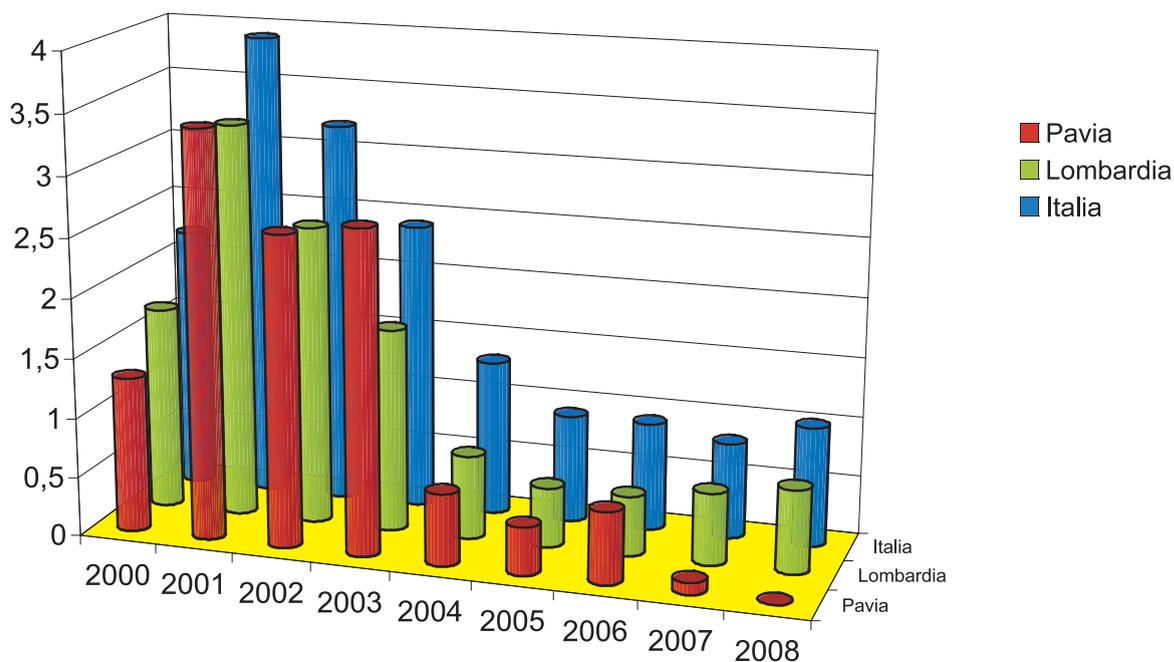
pensazione la seppur modesta crescita difesa dall'industria provinciale. **Il 2008 è il primo anno con segno meno** per il terziario pavese: dal 2000 i tassi di incremento della base lavorativa sono stati sempre positivi, seppure decrescenti.

Specularmente è proprio **il manifatturiero pavese** a far segnare nel 2008 un'inversione di tendenza: i suoi tassi di crescita occupazionale, negativi dal 2004 secondo le attese degli imprenditori, virano verso l'alto con un debole +0,2% stimato per fine anno.

Tuttavia all'interno delle macroaree settoriali possiamo notare comportamenti e tendenze diffe-

Grafico 1

Tassi di variazione occupazionale (dati in %)



renti (non sempre negative) dei vari comparti dell'economia pavese. Per esempio, considerando il settore produttivo, si nota come quasi tutte le industrie intervistate restituiscano **saldi positivi** (entrate al netto delle fuoriuscite dal mercato del lavoro); fanno eccezione le industrie alimentari, tessili, dell'abbigliamento, del legno e della carta che fiaccano le performance con sbilanci entrate-uscite negativi (-70 unità). Sulla stessa linea si trovano le aziende del **comparto edile** che chiuderanno l'anno con 20 persone in meno. Dello stesso tenore le evidenze statistiche del **settore commerciale** che cederanno 180 unità a fine 2008.

Danno fiato alle assunzioni del terziario, invece, gli alberghi, i ristoranti e i servizi turistici che saldano il 2008 con 70 nuovi posti di lavoro. Incrementi altrettanto positivi vengono da trasporti, credito-assicurazioni, servizi alle persone e alle imprese.

La situazione in provincia di Pavia appare un po' più depressa rispetto al trend regionale: dalle interviste emerge che i datori di lavoro lombardi daranno occupazione entro la fine dell'anno a poco meno di 180 mila persone, a fronte di fuoriuscite dal circuito lavorativo di poco più di 162 mila unità; ne consegue un saldo positivo che supera i **17 mila nuovi impieghi in Lombardia**. Dalla fotografia scattata da Excelsior al mercato occupazionale nazionale si vede dal nostro punto di vista **un'Italia a tre velocità:** negli ultimi anni il Bel Paese rallenta sulle previsioni di crescita occupazionale, la regione Lombardia pure e in misura maggiore, la provincia di Pavia frena anch'essa e più della Lombardia. Dalla serie storica decennale si vede come i saldi italiani, infatti, rallentino (il minimo dal 2000 è dello 0,8% nel 2007) ma non in misura così pesante come quelli lombardi, che comunque si mantengono su valori annui di oltre mezzo punto percentuale; a Pavia invece la **decelerazione del mercato del lavoro** è massima fino al valore nullo del 2008 (grafico 1).

In Italia la crisi si combatte assumendo

Alla stagnazione economica ed alla crisi dei consumi, gli imprenditori italiani dichiarano di voler reagire investendo ancora una volta sulle risorse umane: hanno previsto di creare anche quest'anno oltre **110 mila nuovi posti di lavoro**; aumentano le preferenze per i contratti a tempo indeterminato; cercano laureati e diplomati con maggior intensità del passato.

Nel 2008 l'occupazione dipendente nei settori dell'industria e dei servizi privati continuerà a crescere (+1,0%), in linea con quanto rilevato da Excelsior nel 2007 (+0,8% il tasso di crescita dell'occupazione previsto nella precedente indagine). I 110mila nuovi posti di lavoro rappresentano il saldo tra 1.079.480 assunzioni complessive previste (delle quali 252mila a tempo determinato a carattere stagionale) e 969mila uscite. Il 35,3% delle assunzioni previste (381mila dipendenti) interessa l'industria; il restante 64,7% (oltre 698mila) i servizi. Da sottolineare che al momento della conclusione delle interviste (aprile 2008) risultavano già effettuate 407.450 assunzioni, il 37,7% di tutte quelle programmate nell'anno.

Il 91,2% della nuova occupazione si concentra nelle piccole imprese (fino a 50 dipendenti). Le aziende di piccola dimensione (fino a 9 dipendenti) registrano anche per il 2008 il tasso di variazione più elevato (+2,7%), in crescita rispetto al 2007 (+2,0%). Le imprese tra i 10 e i 49 dipendenti confermano il saldo dello scorso anno (+0,4%), rappresentando quindi poco meno del 10% dell'incremento complessivo atteso per il 2008. A fronte di una sostanziale stabilità per la classe 50-249 dipendenti (+0,1%), è la classe 250-499 dipendenti che presenta il risultato migliore (+0,4%) rispetto alla stabilità registrata nel 2007. Le grandi imprese (con oltre 500 dipendenti) hanno previsto di chiudere l'anno con una leggera espansione della base lavorativa (+0,2%); negli ultimi mesi si è tuttavia assistito ad un rapido deterioramento della congiuntura internazionale e di conseguenza un certo numero di grandi gruppi imprenditoriali ha preannunciato il ricorso alla cassa integrazione guadagni o ha messo in programma significative operazioni di ristrutturazione. E' pertanto possibile un ridimensionamento del saldo occupazionale delle grandi imprese rispetto alle loro iniziali previsioni.

Assunzioni in quantità e... di qualità

Il dato sulle assunzioni, preso a sé, è in rialzo rispetto alla precedente indagine in cui se ne segnalavano 5.440: entro fine 2008 si prevedono 5.690 ingressi.

Circa un quarto dei quasi 5.700 assunti, dei quali 870 a carattere stagionale, saranno assorbiti dall'industria (1.420 persone), il 65% dai servizi (3.710) e il 10% (560) dalle costruzioni.

Rispetto al profilo dimensionale, le aziende più piccole (fino a 9 dipendenti) ospiteranno a fine 2008 quasi il 39% dei neo-assunti (2.210 ingressi), le imprese di medie dimensioni (da 10 a 49 dipendenti) il 19% (1.100) e quelle più strutturate (con almeno 50 addetti) il 42% (2.380). Le proporzioni evidenziate rispecchiano la tendenza manifestata nell'indagine dell'anno precedente. L'area funzionale che vedrà maggiormente rimpinguati i suoi ranghi quest'anno sarà quella produttiva e di fornitura servizi (62%), a seguire l'area di vendita (10%) e le restanti aree con porzioni distribuite su valori meno significativi. L'analisi dei dati ci consente di analizzare il dettaglio dei profili professionali richiesti con riguardo alle sole assunzioni stabili (ossia non stagionali) che riguardano 4.820 persone su 5.690. Scendendo quindi nel dettaglio professionale degli assunti in modo permanente (grafico 2) vediamo che nel 2008 **le professioni più gettonate** dalle imprese provinciali saranno quelle commerciali e dei servizi (26,6%), seguite dagli operai specializzati (19,9%); in ordine troviamo poi i tecnici (14,7%) e i conduttori di

impianti (14,5%) e infine gli impiegati (11,6%). Pochissime richieste (2,3%) vengono dalle aziende pavesi per i professionisti intellettuali e scientifici ad elevata specializzazione.

Passando all'analisi delle caratteristiche che le new entry dovranno possedere secondo gli imprenditori provinciali vediamo subito che nel 2008 le aziende pavesi pretenderanno **più esperienza specifica dai neo assunti:** sale al 57% la porzione delle nuove leve stabili che deve avere questo requisito (50% l'anno scorso) mentre cala il numero delle candidature senza esperienza che troveranno accogliimento presso i nostri imprenditori (43% contro il 50% del 2007).

Sotto il profilo culturale **aumentano le preferenze per gli aspiranti lavoratori più istruiti:** il 38% del personale che verrà inquadrato entro l'anno nelle imprese della provincia sarà diplomato (32% nel 2007) e l'8% sarà in possesso di laurea (3% specialistica e 2% triennale, 3% non specificata) mentre decre-

sce la compagine di organico in possesso della sola licenza di scuola media (27,5% contro il 37,5% di un anno fa). Più di un quarto delle assunzioni stabili, infine, sarà riservato a chi ha un diploma di istruzione e formazione professionale.

Cresce con l'istruzione **la pretesa dei datori di lavoro per un livello di esperienza specifica**: essa viene richiesta infatti al 53% di chi ha la licenza media, al 62% dei diplomati e al 73% dei laureati (con picchi dell'82% per i laureati triennali). Continuando nell'analisi della preparazione richiesta dagli imprenditori pavesi ai potenziali lavoratori, sembra che anche quest'anno il tema della competenza professionale stia molto a cuore ai nostri manager: viene infatti confermata la tendenza a preparare ulteriormente le nuove leve lavorative con iniziative di **formazione post inserimento**. Cresce il numero di coloro che ne beneficeranno: **dal 74% del 2007 al 77%** di quest'anno aumentano gli assunti stabili che fruiranno di corsi oppure di attività formative in affiancamento internamente all'azienda (questa percentuale è massima nelle grandi imprese che formeranno ulteriormente l'82% delle persone entrate nel 2008).

La persona giusta al posto giusto

Oltre alle connotazioni di qualità che caratterizzano i programmi di assunzione degli imprenditori, l'indagine Excelsior permette di approfondire anche alcuni aspetti critici delle politiche occupazionali in atto.

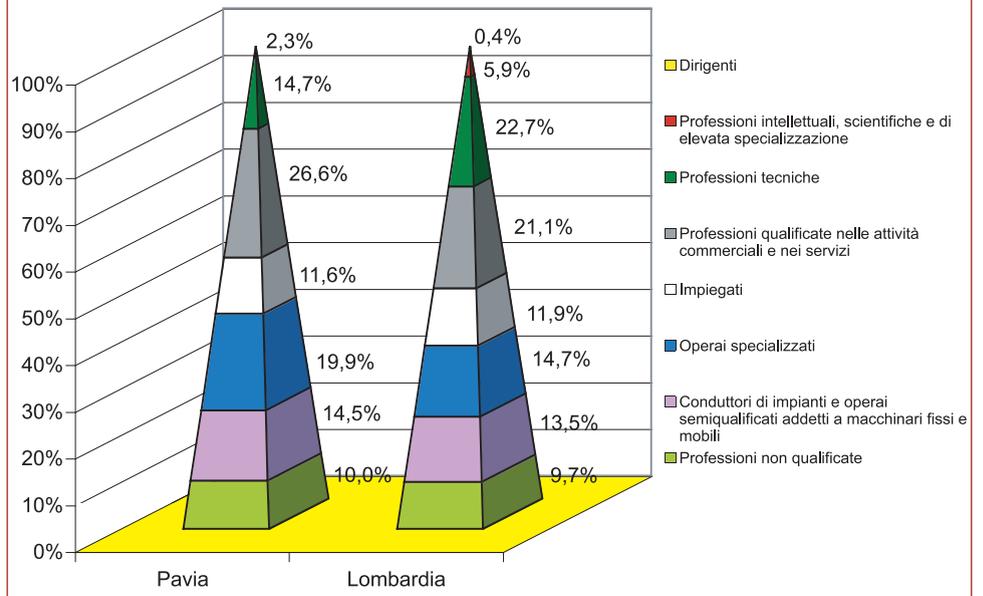
Esaminiamo per esempio le difficoltà incontrate in provincia nel ricercare sul mercato le risorse necessarie.

Se negli ultimi anni gli imprenditori pavesi per i loro programmi occupazionali esprimevano sempre più soddisfazione per i minori problemi di reperimento della figura adatta, nel 2008 assistiamo ad una lieve recrudescenza del fenomeno: **le assunzioni critiche saranno quest'anno il 35%** del totale (31% nel 2007).

Le difficoltà aumentano soprattutto nelle **imprese di costruzioni**, che

Grafico 2

Assunzioni previste per grandi gruppi professionali anno 2008 (dati in % sul totale)



registrano percentuali in crescita rispetto all'anno precedente e pari al 55% delle loro assunzioni e in generale **nelle micro-imprese** (49,5%). Da segnalare l'aumento esponenziale registrato dal comparto commerciale che ritiene difficili il 43% delle sue assunzioni (contro il 10% dell'anno scorso) soprattutto in ragione della ridotta presenza della figura ricercata e, in seconda battuta, della mancanza di un'adeguata qualificazione tra i candidati.

Tra **le professioni che sono meno facili da reperire nel 2008** rispetto all'anno precedente troviamo gli operai specializzati (probabilmente riconducibili ai problemi del comparto edile), che passano da un 36% ad una quota difficoltosa del 53%; seguono i professionisti delle vendite (dal 31% al 38%) e gli impiegati (dal 27% al 37%).

La situazione delle nostre imprese da questo punto di vista appanna un po' la tendenza avuta negli ultimi anni in cui le aziende della provincia avevano rimesso molta fiducia nella qualificazione del personale reclutato, giudicandolo sempre più preparato al momento dell'assunzione (in questa chiave poteva essere letta la flessione registrata dal fattore "mancanza di qualificazione", nelle interviste dell'ultimo triennio, che motivava gran parte delle assunzioni difficili). Nel 2008 questa variabile spiega una quota maggiore di assunzioni difficili, che arriva al 34% (26% nel 2007).

Anche la concorrenza tra imprese rimane un elemento critico che motiva quest'anno molto più che in passato la ridotta disponibilità del profilo ricercato sul mercato: nel 2008 è considerato in questo senso il 34% delle assunzioni stabili contro il 28% dell'anno precedente. Molto meno sentito sarà invece il problema legato alle insufficienti motivazioni economico-

professionali che vedeva ridursi - molto di più l'anno scorso - la disponibilità di candidati, per ragioni legate allo status, alla retribuzione e alla carriera.

I contratti di lavoro delle "matricole"

Le persone che entreranno nel mercato del lavoro pavese nel 2008 saranno prevalentemente inquadrate con **contratti a tempo indeterminato**, i quali arrivano a regolamentare il **46%** del fabbisogno stabile dell'anno; segue la preferenza per **i contratti a tempo finalizzati alla prova di nuovo personale** (20%), quelli destinati alla copertura di un picco di attività (15%) e in sostituzione temporanea di altri colleghi (7%).

Con contratto di apprendistato lavorerà quest'anno l'8% dei nuovi ingressi e con contratto di inserimento solo il 3%. Infine, delle 5 mila 700 persone che verranno inserite nelle aziende pavesi entro l'anno, 820 saranno impegnate parzialmente (14,4% i contratti part time). Dai dati emerge con chiarezza che cresce in una certa misura la preferenza per la fattispecie contrattuale più duratura, inoltre sembra che prevalgano decisamente i **contratti a tempo**

Tabella 1 - Imprese che prevedono assunzioni nel 2008, imprese che non prevedono assunzioni e motivi di non assunzione (valori percentuali)

	Totale	PROVINCIA DI PAVIA			LOMBARDIA	ITALIA
		Industria	Costruzioni	Servizi quota sul totale		
Imprese che prevedono assunzioni	23,9	30,3	18,3	22,7	26,4	28,5
Imprese che non prevedono assunzioni, ma che assumerebbero a condizioni diverse	10,6	11,8	15,4	8,7	8,0	10,3
Condizioni per l'assunzione (distribuzione)						
Facilità di reperimento di personale in zona	8,6	11,9	13,4	4,3	6,3	5,9
Gestione del personale più flessibile	7,5	1,2	14,8	7,6	7,2	4,4
Minore pressione fiscale	45,7	43,0	30,2	55,1	47,1	48,3
Minore costo del lavoro	36,0	37,8	41,6	32,2	37,0	39,1
Altre condizioni (1)	2,1	6,1	0,0	0,9	2,4	2,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Imprese che non prevedono assunzioni, anche a condizioni diverse	65,5	57,9	66,3	68,6	65,6	61,1
Motivi di non assunzione (distribuzione)						
Difficoltà e incertezze di mercato (2)	46,4	50,5	53,9	42,8	45,2	48,6
Ricorso a risorse esterne o stagionali (3)	0,8	0,7	0,0	1,0	0,7	0,6
Presenza di lavoratori in esubero o in CIG	1,2	1,4	3,2	0,5	0,5	0,6
Organico al completo o sufficiente (4)	48,1	44,4	34,0	53,4	49,3	46,0
Altri motivi	3,5	3,1	8,9	2,2	4,2	4,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1) Acquisizione di nuove commesse/appalti - agevolazioni fiscali - risoluzione procedure in atto (mobilità/ristrutturazioni/CIG)
(2) Domanda di prodotti/servizi stabile, incerta o in calo
(3) Utilizzo di forme contrattuali alternative al lavoro dipendente - Maggiore ricorso alla subfornitura/contoterzismo
(4) Dimensione attuale dell'impresa adeguata alle aspettative - Dipendenti presenti in azienda sufficienti
Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2008

come veri e propri "rapporti di primo impiego", alternativi a quelli permanenti. Ciò pare essere testimoniato dal fatto che una quota rilevante di entrate a termine (il 33%) sia finalizzata alla "valutazione del nuovo personale", ossia funga da test per apprezzare l'idoneità del candidato a ricoprire stabilmente il ruolo con cui viene assunto in prova.

L'indagine Excelsior ci permette anche di analizzare il comportamento reale delle aziende nell'anno precedente sul fronte del reclutamento di personale temporaneo, per comprendere l'evoluzione degli orientamenti contrattuali attuati dagli imprenditori. Il 41% degli imprenditori intervistati ha dichiarato di aver fatto ricorso nel 2007 ad almeno una delle formule contrattuali di questo tipo: il 24% ha preferito il tempo determinato - impiegando quasi 6 mila 300

dipendenti, il 30% dei quali poi assunti o da assumere stabilmente (dato che supera fortemente le previsioni espresse); il 18% ha scelto contratti di apprendistato, il 6% lavoratori interinali e il 7% si è avvalso di collaboratori a progetto. Dall'analisi dei dati dell'ultimo triennio si osserva che complessivamente aumenta l'incidenza delle imprese che ha fatto realmente ricorso a contratti temporanei per soddisfare le proprie esigenze lavorative, con un sostanziale incremento della preferenza per quelli a termine; lievi variazioni intervengono, invece, nella distribuzione delle altre formule (apprendistato, interinale, a progetto) che, in definitiva, rimangono assestate su valori analoghi a quelli dichiarati nell'ultima tornata di interviste.

Lavorando si impara

Gli imprenditori pavese mantengono viva la loro attenzione sul tema della **formazione continua**, argomento che li vede costantemente impegnati nell'investimento in aggiornamento professionale del personale in forza all'azienda. **Un imprenditore pavese su cinque è attento a questo aspetto** del percorso lavorativo dei propri dipendenti. Sia nel 2006 che nel 2007 questo rapporto si è mantenuto regolare anche se lievemente sotto-rappresentato nell'industria rispetto al settore terziario.

La sensibilità delle imprese provinciali verso la **filosofia del lifelong learning** cresce con le dimensioni aziendali.

Se consideriamo, infatti, la fascia dimensionale più ampia (cioè le aziende con almeno 50 addetti) questa attitudine aumenta, fino a coinvolgere mediamente più di 50 imprenditori ogni 100 (dato che sale al 60% nel terziario, con picchi quasi del 75% nel comparto dei servizi alle persone e alle imprese).

In un anno aumenta anche il numero di persone coinvolte in **iniziative di formazione** attivate internamente all'azienda, passando dal 18% del 2006 a oltre il 20% del 2007.

Questa porzione è massima nelle aziende terziarie (25,5%, ultimo dato del 2007) ed è comunque segnalata in crescita anche nell'industria (15% contro l'11%) sempre rispetto ad un anno prima.

La Camera e il 2009.

Parola d'ordine: promozione

Approvata in Consiglio la relazione previsionale e programmatica per l'anno prossimo

a cura della redazione

La Camera di Commercio di Pavia ha presentato la relazione previsionale e programmatica, il documento di indirizzo strategico propedeutico alla stesura del preventivo economico e del budget direzionale. Per il 2009 l'azione della Camera si muoverà in sintonia e nel quadro degli obiettivi tracciati dalle linee programmatiche 2005-2009.

L'Ente camerale è per sua natura il luogo di rappresentanza ed espressione delle istanze del sistema economico provinciale, nonché il raccordo delle stesse con le istituzioni pubbliche e private del territorio: il sistema di relazioni istituzionali in cui è inquadrata la Camera è ispirato ai principi della sussidiarietà e della concertazione territoriale con gli Enti locali, le Autonomie funzionali, le associazioni di categoria. Ne sono massima espressione a livello locale:

- **l'Accordo Quadro di Sviluppo Territoriale (AQST)**, sottoscritto nel 2005 con Regione, Provincia, Università, Comuni di Pavia, Vigevano, Voghera, Comunità Montana;

- **il Verbale di Accordo per il rilancio economico e occupazionale del distretto vigevanese - lomellino**, sottoscritto nel 2005 fra Ministero del Lavoro, Regione, Provincia, Comune di Vigevano e rappresentanze del mondo associativo e sindacale locale.

Nella pianificazione strategica delle attività dovrà quindi essere posta particolare attenzione a questi accordi, dando continuità al loro sviluppo, nonché alle **collaborazioni con la Provincia di Pavia**, un Ente con cui la Camera condivide molti obiettivi e strategie programmatiche e molti percorsi comuni. Emblematica è l'esperienza realiz-

zata attraverso il **Tavolo Verde**, modello spontaneo di concertazione e confronto fra Camera, Provincia e organismi associativi di settore, nato per promuovere la realtà agricola e i prodotti agro-alimentari locali. Coerentemente con il proprio ruolo istituzionale, la Camera adotta il metodo di un costante confronto collaborativo, soprattutto col mondo associativo, di cui è espressione. Nel 2009 questi rapporti troveranno occasioni di ulteriore rafforzamento, indotte dalle stesse previsioni normative in materia di semplificazione dei procedimenti e di diffusione dell'informatizzazione. Protagonista istituzionale del programma camerale anche per il prossimo anno resta la **Regione Lombardia**, a seguito dell'Accordo di Programma (AdP), sottoscritto nel 2006 con il sistema camerale lombardo attraverso l'Unione Regionale, finalizzato al sostegno dello sviluppo economico e della competitività dell'intero tessuto produttivo lombardo.

Punti di forza dell'AdP sono la sollecitazione al partenariato, la flessibilità con la quale tutti gli attori istituzionali si impegnano a condividere e a monitorare i risultati di ogni singola iniziativa, una impostazione elastica che valorizza in misura evidente ogni possibile sinergia, senza imporre pesanti e formali sovrastrutture gestionali. Particolare attenzione dovrà andare ai **processi di semplificazione e di informatizzazione delle procedure** finalizzati allo snellimento della burocrazia. Nella comunicazione fra Camera e imprese è necessario sviluppare strumenti e metodi innovativi, bidirezionali, accrescendo il coinvolgimento degli utenti e stimolando l'utilizzo del canale on-line, in modo che il sito istituzionale diventi un vero e proprio strumento di lavoro, attraverso cui le imprese possono fruire direttamente dei servizi camerali. La P.A. in questi anni è oggetto di modifiche normative senza precedenti per ampiezza e radicalità, al fine di accelerare il processo di rinnovamento e favorire la funzionalità degli standard operativi. L'intento è quello di **costruire una P.A. alleata e amica**, un vero e proprio partner delle imprese, che non solo non crei limiti ma costituisca una grande opportunità per accrescere benessere ed equità sociale.

Gli indirizzi programmatici 2009

Ponendo attenzione alle condizioni di uno scenario economico complesso e con diversi punti di criticità ed in coerenza con i propri obiettivi strategici indicati nel Programma Pluriennale in vigore e con quelli fissati

dalla Linee programmatiche di Unioncamere Lombardia, nel 2009 l'Ente si propone, innanzitutto, di **sostenere il locale sistema delle imprese** attraverso un continuativo finanziamento delle iniziative inserite nell'Accordo di Programma Regione-Unioncamere nonché di quelle attivate direttamente. In ogni caso, l'obiettivo dovrà essere quello di realizzare azioni per la **competitività delle PMI e l'attrattività del territorio per turisti, imprese e residenti**, sviluppando capacità progettuale, propositiva e di mobilitazione di risorse. Tale insieme di attività dovrà essere realizzato alternando significative azioni di semplificazione con recuperi di efficacia e efficienza, anche attraverso la **sperimentazione di servizi comuni fra più Camere** come ad esempio quello informativo relativo alle opportunità economiche connesse all'Expo 2015. Tra le diverse esigenze rilevate, particolare attenzione sarà rivolta ai temi dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, del turismo e delle tipicità del territorio. Uno strumento fondamentale si è rivelato l'Accordo di Programma (AdP) tra Regione Lombardia e Sistema Camerale Lombardo. Sin dall'inizio la Camera ha partecipato, e intende incrementare progressivamente la sua partecipazione, alle attività previste da quest'Accordo che consentono di meglio focalizzare le iniziative, attraendo, nel contempo, importanti risorse aggiuntive da parte della Regione stessa. Ad oggi i bandi e o progetti della Camera finanziati a valere sull'AdP sono oltre 20 e, in prospettiva sono destinati ad aumentare. Questa è la ragione per cui nel 2009 l'obiettivo di mettere a

punto il **monitoraggio sistematico delle iniziative** avviate a livello regionale nell'ambito dell'AdP diventa prioritario.

La Camera, inoltre, ha già avanzato alcune ipotesi progettuali alle quali intende dar seguito nel 2009 attraverso la realizzazione di importanti azioni promozionali che partono dal territorio in una logica di collaborazione istituzionale.

In particolare, gli ambiti su cui la Camera intende lavorare sono:

- innovazione delle PMI, soprattutto con riferimento ai temi dell'energia, dell'ambiente e della sicurezza;
- internazionalizzazione delle imprese;
- riposizionamento competitivo del sistema termale pavese e, in generale, delle tipicità del territorio;
- progetti territoriali e di filiera nell'ambito della Convenzione Artigianato;
- azioni di sostegno alla partecipazione al VII Programma Quadro;
- responsabilità Sociale di Impresa e Bilancio Sociale;
- progetti di marketing territoriale con particolare attenzione al marketing turistico e alla valorizzazione delle eccellenze locali.

Le modalità con cui l'AdP opererà anche nel 2009 saranno soprattutto basate sull'**erogazione di Voucher multiservizi e sul finanziamento di progetti locali mirati**.

La dotazione deliberata nel 2008 dalla Camera per le iniziative finanziate dall'AdP ha raggiunto, ad oggi, la somma di 875 mila euro (di cui circa 550 mila saranno iscritte a Budget 2009) pari al 25% del totale degli investimenti promozionali previsti dalla Camera stessa nel 2009 e pari al 43% degli investimenti promozionali già in fase di attuazione.

Strettamente collegato a questo obiettivo vi è, poi, quello di confermare gli accordi in atto con le altre istituzioni locali sia nell'ambito dell'Accordo Quadro di Sviluppo Territoriale (AQST) sia in relazione alle **convenzioni esistenti con la Provincia e con l'Università**. In questo senso, nel 2009, sarà ulteriormente migliorata la positiva esperienza di collaborazione costi-

tuita dal Tavolo Verde provinciale che può dare un valore aggiunto alle iniziative in corso di **costituzione del Distretto Vino e di valorizzazione del comparto pavese del riso**.

Nell'attuale delicata congiuntura sarà posta attenzione anche all'importante processo in atto di razionalizzazione e di evoluzione del sistema di **accesso al credito** mediante il supporto all'adeguamento del sistema dei Confidi al nuovo contesto normativo e di mercato per favorire una "finanza" concretamente a supporto dello sviluppo. Inoltre, uno stimolo alla crescita potrà arrivare anche dall'articolato mondo della cooperazione che la Camera ha incominciato ad analizzare nelle sue caratteristiche peculiari e intende monitorare attentamente nel 2009.

La Camera è inoltre tenuta a rendere sempre più efficienti i suoi servizi nel campo della **Regolazione del Mercato** e dell'informazione economica. Si tratta di servizi istituzionali che, insieme a quelli promozionali, consentono di sostenere lo sviluppo competitivo delle imprese. Si cercherà di sviluppare, a proposito dei servizi di giustizia alternativa, il rapporto di collaborazione con l'Università, il mondo associativo e consumeristico e con la Camera Arbitrale di Milano. Per quanto riguarda i servizi anagrafici, tra cui in primo luogo il **Registro delle Imprese**, gli obiettivi prioritari saranno quelli di procedere nella riduzione dei tempi di evasione delle pratiche e di avviare nuove iniziative per la diffusione dei certificati digitali. Soprattutto nella attuale fase di potenziamento strutturale, diventano fondamentali gli obiettivi di miglioramento organizzativo. Tra questi, in primo luogo, è opportuno ricordare l'impegnativa attività di completamento sia dei piani occupazionali di sviluppo organizzativo 2005-2010, sia dell'importante processo di **riorganizzazione delle due Aziende Speciali in un unico soggetto**, entrambi avviati nella seconda parte del 2008. Si tratta, quindi, di riuscire ad operare sulla struttura un razionale, diffuso ed organico intervento finalizzato a consentire all'Ente di poter adempiere alla propria missione secondo criteri organizzativi di reale collaborazione e integrazione, di crescente qualità delle risorse umane interne nonché di orientamento al risultato.

Oltre a questa ricerca di forti sinergie e di semplificazione organizzativa, si prevede di impegnare nel 2009 l'intera struttura camerale nel percorso di **applicazione completa del sistema di controllo di gestione** che riguarderà anche l'Azienda Speciale e sarà ampliato con le funzioni di controllo direzionale e di bilancio sociale. Vi è inoltre l'obiettivo di effettuare una modernizzazione della attuale dotazione tecnologica dell'Ente.

Nel 2009 verranno ridotte le spese postali e di utilizzo della carta attraverso l'adozione di un diffuso impiego delle comunicazioni via e-mail o fax. Si procederà all'aumento della qualità del sito web camerale, e si potenzierà il data base di indirizzi e-mail - parte essenziale del sistema informatico di CRM della Camera. Le azioni di comunicazione potranno così essere indirizzate a gruppi di utenti differenziati e seg-

mentati per specifiche caratteristiche. Vi è poi da evidenziare l'intenzione della Camera di sviluppare progressivamente, anche nelle politiche di bilancio, **la capacità di attrarre risorse aggiuntive sul territorio** a favore dello sviluppo economico provinciale.

Nell'impostazione contabile delle previsioni 2009, infatti, una parte sempre più consistente degli interventi promozionali dovrà svilupparsi con il **cofinanziamento della Regione Lombardia e di partner come la Provincia di Pavia**, attraverso l'Accordo di Programma che, come noto, permette il raddoppio delle risorse disponibili per le imprese e per il territorio.

Le risorse derivanti dalla gestione e disponibili per la promozione, pur essendo in linea con gli anni precedenti, appaiono non adeguate rispetto all'impegno promozionale che si richiede per il 2009, che rappresenta un obiettivo importante e che, per essere raggiunto, richiederà la condivisione e l'impegno sia della struttura sia dell'organo di governo in tema di progettualità e di capacità realizzativa. Pertanto, è interesse dell'Ente, porsi quale obiettivo per il Bilancio preventivo 2009 **un livello di attività promozionale che arrivi ad impegnare fino a circa 4,6 milioni di euro**, di cui almeno un quarto utilizzando lo strumento moltiplicatore dell'AdP per incrementare la leva dell'impegno finanziario camerale. Tale significativo contributo al sistema economico locale assume una rilevanza ancora maggiore - raggiungendo i 5,7 milioni di euro - qualora si tenga conto del valore del complessivo impegno camerale in termini di costi di personale e di struttura connesso ai servizi promozionali.

In conclusione, i presenti macro dati previsionali, risultano coerenti sia con la struttura finanziaria di fondo dell'Ente sia con gli indirizzi programmatici 2009 e consentono di elaborare il prossimo bilancio previsionale garantendo il rispetto di corretti criteri contabili e della possibilità di concreto sviluppo dell'attività dell'Ente nell'attuale difficile momento congiunturale.

Conciliazione: rapida, economica, funzionale

di Maria Lucrezia Pagano

La conciliazione è un servizio agile, flessibile ed economico che le Camere di Commercio mettono al servizio dell'economia per ridurre conflittualità e costi del contenzioso all'interno dei rapporti commerciali, favorendo il rapido raggiungimento di un **accordo tra le parti in lite**. Grazie a diversi anni di sperimentazione del Servizio conciliativo, le Camere di Commercio sono riconosciute come un'istituzione tra le più qualificate a svolgere questa funzione, **sia nei contrasti tra imprese sia in quelli tra impresa e consumatore**. E' possibile, inoltre, ricorrere alla conciliazione camerale per la risoluzione delle **liti tra privati**: difatti, tutte le controversie di natura economica o comunque passibili di una quantificazione monetaria sono potenzialmente conciliabili. In particolare, lo strumento conciliativo preserva i rapporti commerciali tra le imprese, i quali potrebbero essere inevitabilmente compromessi nel caso in cui la controversia dovesse avere un epilogo in tribunale.

Peraltro, da tempo, il legislatore italiano si dimostra favorevole all'utilizzo della conciliazione, anche camerale – quale strumento privilegiato di risoluzione delle controversie, alternativo alla giurisdizione ordinaria. Lo strumento conciliativo è stato previsto infatti, in via preventiva, in vari ambiti: per esempio in materia societaria, di franchising, di turismo, etc. Da ultimo - a conferma di questo 'favore legislativo' - è doveroso ricordare che, in tema di promozione dell'attività di **composizione extragiudiziale delle controversie in materia di consumo**, il decreto del 2 marzo 2006 dell'allora Ministero delle Attività Produttive, contemplando il finan-



ziamento di iniziative a vantaggio dei consumatori, ha previsto il rimborso al consumatore di quanto speso in conciliazione, in caso di esito positivo di quest'ultima. A tal proposito, occorre da ultimo sottolineare come le previsioni contenute nel decreto ministeriale citato siano state prorogate fino al 31 dicembre 2008.

Settimana Nazionale della Conciliazione

Si è replicata per il quinto anno consecutivo, dal 20 al 25 ottobre 2008, la "Settimana Nazionale della Conciliazione", l'appuntamento italiano annuale per la promozione e la diffusione della cultura conciliativa e dell'utilizzo, più in generale, degli strumenti – alternativi alla giurisdizione ordinaria – per la risoluzione delle controversie di natura commerciale (Alternative Dispute Resolution). Il sistema camerale, forte dei risultati positivi riscossi dall'iniziativa negli anni passati, prosegue difatti nell'attività di promozione degli strumenti alternativi di risoluzione delle controversie com-

merciali tra imprese e tra imprese e consumatori.

Anche quest'anno l'Unioncamere Nazionale mette a punto il materiale per i vari canali di comunicazione e d'informazione dell'iniziativa. L'obiettivo generale perseguito da tale attività d'informazione è duplice: istituzionale, al fine di far conoscere sempre di più i servizi di conciliazione del sistema camerale, le loro caratteristiche ed il loro funzionamento; culturale, per soddisfare i bisogni informativi dei potenziali utenti della conciliazione, mettendone in luce opportunità e vantaggi. Nello specifico l'attività di promozione del servizio conciliativo delle Camere di Commercio - svolta contestualmente a livello nazionale e locale - viene pertanto diretta, attraverso una precisa combinazione di canali di comunicazione, ad un pubblico sempre più vasto: piccole e medie imprese, consumatori, avvocati e commercialisti. Inoltre, questa è la sede per la presentazione dell'evoluzione di Conciliator: il booklet a fumetti esplicativo del servizio, già lo scorso anno distribuito con grande successo e diffuso unitamente all'altro materiale informativo attraverso canali stampa e canali web.

Anche quest'anno la Camera di Commercio di Pavia, da sempre attenta e costantemente impegnata nella promozione capillare della conciliazione, aderisce con entusiasmo all'appuntamento annuale con la veicolazione del materiale informativo promozionale predisposto e con le "conciliazioni gratuite". **Ritorna l'iniziativa delle "conciliazioni gratuite"** grazie anche alla proroga dei rimborsi ministeriali. Come anticipato, infatti, il decreto del 2 marzo 2006 dispone - unica-

mente in favore del singolo consumatore - l'erogazione di somme a titolo di copertura delle spese sostenute per ciascuna procedura di conciliazione, purchè conclusa favorevolmente con un apposito accordo conciliativo. L'Ente camerale pavese da tempo ha deciso invece di estendere anche alle imprese i benefici previsti dal Ministero, concedendo così la totale gratuità dell'accesso al servizio conciliativo della Camera di Commercio di Pavia sia al consumatore che all'impresa. Riepilogando brevemente, tale consolidata iniziativa camerale prevede la totale **gratuità dell'accesso al servizio conciliativo** offerto dalla Camera di Commercio di Pavia limitatamente alla conciliazione imprese/consumatori - con non più di due parti - e secondo i seguenti criteri:

- a) gratuità di tutte le controversie rientranti nei primi due scaglioni previsti dal tariffario del servizio (pertanto di **valore uguale o inferiore a 5.000 euro**), indipendentemente dal raggiungimento di un accordo in sede di incontro conciliativo;
- b) applicazione della gratuità ad un numero **massimo di 20 procedimenti di conciliazione**;
- c) applicazione della gratuità alle domande di conciliazione depositate a partire **dal 20 ottobre 2008 fino al 31 dicembre 2008**.

“Conciliamo” e i seminari informativi per professionisti

La Camera di Commercio di Pavia, il 17 aprile scorso ha organizzato presso la propria sede, in collaborazione con l'Associazione progetto Conciliamo, un convegno dal titolo **“Conciliazione delle controversie: i vantaggi di uno strumento al servizio delle parti”**. La proposta ha rivestito particolare rilevanza sempre al fine di diffondere la cultura della conciliazione, strumento di risoluzione delle controversie commerciali messo a disposizione dal sistema camerale. In tale occasione l'Ente camerale pavese ha presentato il progetto Conciliamo, l'iniziativa avviata con il supporto della Corte di Appello di Milano da

alcuni soggetti istituzionali - tra i quali la Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale di Milano - sensibili al tema della conciliazione. Progetto, la cui principale novità consiste nell'aver riservato ai protagonisti della gestione del contenzioso - magistrati e consulenti di parte - un ruolo di assoluta preminenza nella sperimentazione: sarà loro compito, sia prima che durante l'eventuale causa, prospettare alle parti la soluzione alternativa offerta dalla conciliazione stragiudiziale. Grande è stato il successo di pubblico. L'uditorio - ben 180 partecipanti - peraltro molto variegato, è stato in massima parte rappresentato da avvocati, ma non sono mancati commercialisti, consulenti del lavoro, tributaristi, funzionari di altre pubbliche amministrazioni, imprenditori etc. Del resto, l'appuntamento si era profilato fin dall'inizio dal taglio istituzionale elevato, viste le importanti presenze di personalità della magistratura locale. L'importanza dello strumento conciliativo stragiudiziale è stato messo in luce proprio dai magistrati, anche al fine di porre in parte rimedio alla crisi che la giustizia, non solo italiana, sta oggi vivendo: minimo comune denominatore è la necessità di una continua “educazione alla conciliazione”, per creare quella cultura conciliativa di base che oggi manca ancora nel nostro paese. E' questo l'obiettivo cui in primis mirano tutti i soggetti promotori di progetto Conciliamo: **informare tutti i protagonisti della gestione del contenzioso** ai quali spetterà il compito di informare le parti sulla soluzione alternativa offerta dalla conciliazione stragiudiziale. Il convegno è stato difatti aperto dall'autorevole intervento del Presidente della Corte d'Appello di Milano, dott. **Giuseppe Grechi**, che ha poi ceduto la parola rispettivamente ai Presidenti dei Tribunali di Vigevano, dott.ssa **Anna Maria Peschiera**, e di Voghera, dott. **Fabrizio Poppi**, intervenuti su ‘Crisi della giustizia e soluzioni alternative’. Interessante anche il successivo aggancio dottrinale, con la lezione sulla conciliazione tenuta dall'Avv. **Francesca Cuomo Ulloa**; mentre il dott. **Marcello Marinari** della Corte d'Appello di Milano ha avuto il compito di illustrare nel dettaglio l'iniziativa progetto Conciliamo. E' stata poi la volta dei conciliatori del sistema camerale - **Adriano Carena** (commercialista - Milano), **Carola Colombo** (commercialista - Milano), **Laura Sambartolomeo** (avvocato - Voghera), **Paola Ventura** (avvocato - Milano), **Filippo Zaffarana** (geometra - Pavia) - che hanno portato anche il punto di vista degli Ordini Professionali di appartenenza, hanno parlato delle loro esperienze, offrendo così un punto di vista originale e senz'altro stimolante. Moderatore l'ottimo dott. **Giovanni Nicola Giudice**, Responsabile del Servizio di conciliazione della Camera Arbitrale di Milano. In chiusura di convegno sono stati presentati i seminari informativi organizzati da progetto

Si è replicata il 20-25 ottobre 2008 la “Settimana Nazionale della Conciliazione”, l'appuntamento annuale per la promozione e la diffusione di questo strumento di risoluzione delle controversie

Conciliamo, rivolti a professionisti, consulenti di impresa, imprenditori, magistrati e a tutti coloro che sono interessati a conoscere lo strumento conciliativo (dott.ssa **Deborah Furci** - tributarista I.N.T. - Vigevano). Scopo di questi incontri programmati - ospitati presso l'Ente camerale pavese il 27 maggio e il 25 settembre 2008 - è quello di presentare lo strumento conciliativo attraverso la **videosimulazione commentata di un incontro di conciliazione**. Assistere alle prove tecniche di conciliazione aiuta, infatti, i partecipanti ad entrare nel clima che si crea in un incontro facilitato dalla presenza di un terzo soggetto neutrale. La simulazione, commentata da conciliatori ed esperti, è la sede opportuna per avviare un dibattito ed un'azione di sensibilizzazione sull'utilità della conciliazione e i vantaggi che essa offre al professionista. Il loro principale obiettivo è infatti quello di permettere non solo di sentir parlare di conciliazione ma anche di vederla da vicino, di sperimentarne le tecniche e le potenzialità.

Collaborazioni future

Si è già ampiamente sottolineato come la Camera di Commercio di Pavia sia da tempo attivamente impegnata nella promozione del proprio Servizio conciliativo. In particolare, sta puntando su varie ipotesi di collaborazione: in primo luogo, con la Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale di Milano, con cui già da tempo vi è fattiva collaborazione sul fronte arbitrale. Del resto, il solo interscambio continuo di esperienze - ottimizzando tempi e costi e valorizzando le risorse - permette di sviluppare una linea d'azione comune, al fine di assicurare il miglioramento qualitativo dei servizi offerti ed all'insegna di una maggiore specializzazione. In secondo luogo, con l'Ateneo pavese, per il tramite del CIRC, Centro Interdipartimentale per la risoluzione dei conflitti, che - forte del proprio nome - può apportare un contributo scientifico fondamentale per l'affermazione di una cultura conciliativa di base.

Una nuova immagine per il turismo in provincia

di Renata Crotti - Assessore al Turismo e Attività Termali - Provincia di Pavia



Un'immagine comune per un territorio unito.

Tra Camera di Commercio e Assessorato al Turismo della Provincia di Pavia si potenzia una decisa azione congiunta che si estende alle principali istituzioni del territorio a sostegno del turismo.

Primo obiettivo del progetto è la predisposizione di adeguato materiale informativo/promozionale che risponda ai canoni di immagine coordinata e che sia riferito al complesso dell'offerta turistica integrata del territorio pavese, consentendo una possibilità di impiego in relazione ai diversi obiettivi di marketing

operativo. A seconda delle diverse tipologie turistiche (turismo d'affari, religioso, termale, naturalistico, itinerari storici, antichi sentieri ecc...) e a seconda delle diverse strutture presenti sul territorio (alberghi di varie categorie, agriturismi, bed&breakfast, ristoranti ecc...) dovrà essere predisposto un efficace e articolato materiale promozionale che soddisfi le diverse esigenze dei destinatari.

Si è fortemente convinti che una buona politica di promozione del territorio necessita di un'azione pianificata di tutti gli attori locali pubblici e privati interessati - essendo il rapporto pubblico-privato - oggi più che mai - un passaggio obbligato.

In stretto collegamento e predisposizione di un razionale e diversificato insieme di strumenti promozionali, è essenziale la redazione di un manuale d'uso condiviso a tutti i livelli al quale debbano attenersi i diversi enti e soggetti.

Lo sforzo per raggiungere un'immagine coordinata e condivisa dell'offerta turistica pavese trae una motivazione ancor più forte dell'esigenza ormai attuale di prepararsi adeguatamente ad accogliere le opportunità collegate al grande evento dell'Expo 2015.

Tutto il progetto verrà ideato, realizzato e coordinato d'intesa con l'Assessorato al Turismo di Regione Lombardia: è infatti essenziale che il lavoro tenga conto di quanto già attuato dalla stessa Regione in tale ambito e ne costituisca un coerente sviluppo mirato alla valorizzazione integrata del territorio pavese.

Vinitaly 2008, è sempre una garanzia

di Eva Trovamala

Come ogni anno – in primavera – il vino diventa il protagonista indiscusso delle manifestazioni italiane: con l'edizione 2008 del Vinitaly, tecnici, esperti, addetti ai lavori, ma anche semplici appassionati del buon vino si sono ritrovati – non solo per conoscere i risultati della precedente vendemmia – ma anche per degustare e apprezzare le novità dell'anno nuovo.

Un appuntamento che come sempre ha riunito tutti i grandi vini d'Italia: il **Vinitaly è la fiera del vino per eccellenza**, che – oltre a presentare le grandi denominazioni del Bel Paese – permette di scoprire e conoscere realtà vitivinicole meno note, ma di tutto rispetto. Come ogni anno, anche in questo Vinitaly 2008 sono stati molti i temi toccati: dall'andamento del mercato nazionale ed internazionale alle nuove frontiere dell'enologia italiana.

Il mondo del vino è sempre in fermento (e come potrebbe non esserlo!); i produttori italiani – da sempre pronti a lanciarsi in nuove sfide – anche quest'anno sono partiti da Verona per raggiungere il mondo.

Ma, purtroppo, Vinitaly 2008 verrà ricordato anche per un evento particolarmente negativo: la manifestazione è infatti stata "avvelenata" da un'inchiesta senza precedenti (metaforicamente chiamata "Velenitaly"). Il settimanale *l'Espresso* – pochi giorni prima dell'apertura del Vinitaly – ha pubblicato un'inchiesta sulla pericolosità di circa 70 milioni di litri di vino a basso costo venduti in tutta Italia, che riguarda una presunta sofisticazione alimentare con pos-



sibili gravi ripercussioni sulla salute dei consumatori. Parallelamente è scattata un'indagine sul Brunello di Montalcino, in base alla quale (secondo la Procura di Siena) sarebbero state prodotte molte bottiglie in violazione di quanto previsto dal Disciplinare di produzione.

Ciò ha fatto quindi accendere l'attenzione sul sistema dei vini a D.O., sui controlli erga omnes e sull'opportunità o meno di rivedere i Disciplinari di produzione, in un'ottica di semplificazione e snellimento delle procedure.

Ma nonostante questi scandali il Vinitaly ha raggiunto il suo obiettivo: rappresentare la vetrina più prestigiosa nel panorama enologico. E i numeri parlano chiaro: grande afflusso da parte di operatori nazionali ed esteri (in aumento del 15% rispetto al 2007, con una partecipazione mai vista prima di cinesi e in generale di asiatici). Questo dimostra come il Vinitaly sia sempre più un sistema di promozione integrato a servizio dell'impresa. I numerosi contatti con operatori stra-

nieri sono stati una delle novità più rilevanti di questa edizione, che hanno consentito di avviare rapporti commerciali potenzialmente molto interessanti verso nuovi mercati (www.vinitaly.com).

E oltre ai percorsi di degustazione, ai corsi per imparare come assaggiare i vini, al Vinitaly sono di scena anche le novità del mondo dell'enologia che passano dai vini più curiosi per arrivare agli oggetti di design più strani: dalla bottiglia che diventa una borsetta (la "bottle bag" vestita da Mariella Burani), ad una fusione di Pinot nero/Malvasia/Riesling così elegante da meritarsi un'etichetta in pelle, fino ad arrivare ad una chicca per gli enoappassionati.

Si tratta del primo videogioco interattivo a punti per testare le proprie abilità di sommelier, un wine game che permette lunghe degustazioni virtuali senza rischio, nel caso ci si dovesse poi mettere alla guida.

Ma parliamo adesso di Lombardia e di Oltrepò: al Vinitaly i vini lombardi sono entrati "in gruppo": fondamentale – ancora una volta, dopo cinque anni consecutivi – la scelta strategica di riunire i vini di Lombardia in un unico padiglione, il PalaExpo, importante e organizzata vetrina per le aziende e i loro vini; **43 sono state le aziende vitivinicole della provincia di Pavia**, che hanno partecipato grazie al coordinamento di Paviamostre (Azienda Speciale della Camera di Commercio) e del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese.

Ma a differenza degli altri anni, per l'Oltrepò Pavese, questa manifestazione ha rappresentato qualche cosa di più: un'occasione

unica per festeggiare il riconoscimento della D.O.C.G. Oltrepò Pavese Metodo Classico (che comprende le tipologie "Oltrepò Pavese Metodo Classico", "Oltrepò Pavese Metodo Classico rosé", "Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot nero" e "Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot nero rosé").

Con questo prestigioso riconoscimento, l'Oltrepò può scrollarsi finalmente di dosso la polvere che l'aveva ricoperto dopo anni di stasi e di silenzio: grandi vigneti, territori tradizionalmente vocati alla produzione di Pinot nero (circa 2.500 ettari). E il futuro sembra sorridere all'Oltrepò.

Ne è convinto fortemente il Direttore del Consorzio Tutela Vini O.P. di Broni - Carlo Alberto Panont - artefice principale di questo riconoscimento, che considera la D.O.C.G. come il principale strumento di valorizzazione del territorio: "Si tratta di un evento epocale per il territorio oltrepadano, e va considerato non come un punto di arrivo ma come un punto di partenza. E' una grande soddisfazione per tutti gli operatori del settore che hanno collaborato arrivando ad un risultato significativo e di prestigio per l'Oltrepò". Ecco quindi che la D.O.C.G. padana si affianca alla D.O.C.G. della Franciacorta: due rovesci della stessa medaglia, due identità che servono a fare della Lombardia la prima regione produttrice di spumante metodo classico.

Perfetto quindi lo slogan utilizzato all'ingresso del PalaExpo del Vinitaly: "Guardate oltre: c'è la Lombardia", un messaggio forte, chiaro e preciso, che ha voluto principalmente significare quanto il "made in Lombardia" sia cresciuto e si sia affrancato sul mercato nazionale ed estero. Quale miglior modo, insomma, per valorizzare al meglio un prodotto che anno dopo anno è riuscito a conquistare un crescente e positivo consenso dalla critica. Critica che considera ormai la Lombardia come una delle regioni fondamentali per lo sviluppo del vino italiano nel mondo.

Le aziende pavesi al Vinitaly

AZ. AGR. ALZIATI ANNIBALE, Fraz. Scazzolino, 55 - Rovescala (PV) - Tel. 0385/75261 - e-mail: info@alziati.it - www.alziati.it
 AZ. AGR. BARBERINI LUCIANO, Via Emilia, 93 - Redavalle (PV) - Tel. 0385/74164 - e-mail: fabiobarberini@tiscali.it
 AZ. AGR. BELLARIA DI MASSONE, Via Castel del Lupo - Casteggio (PV) - Tel. 0383/83203 - e-mail: info@vinibellaria.it - www.vinibellaria.it
 AZ. AGR. BISI, F.ne Villa Marone, 70 - S. Damiano al Colle (PV) - Tel. 0385/75037 - e-mail: info@aziendaagricolabisi.it - www.aziendaagricolabisi.it
 AZ. AGR. CA' DEL GE' DI CARLO PADROGGI E C. SOC. AGRICOLA, Via Ca' del Ge', 3 - Montalto Pavese (PV) - Tel. 0383/870179 - e-mail: info@cadelge.it - www.cadelge.it
 AZ. AGR. CA' MONTEBELLO, Loc. Montebello, 10 - Cigognola (PV) - Tel. 0385/85182 - e-mail: info@camontebello.it - www.camontebello.it
 AZ. AGR. DORIA S.S., Loc. Casa Tacconi, 3 - Montalto Pavese (PV) - Tel. 0383/870143 - e-mail: info@vinidoria.com - www.vinidoria.com
 AZ. AGR. FIAMBERTI GIULIO, Via Roma, 31 - Canneto Pavese (PV) - Tel. 0385/88019 - e-mail: info@fiambertivini.it - www.fiambertivini.it
 AZ. AGR. E AGRITURISTICA PANIZZARI ANGELO, Via Madonna dei Monti - San Colombano al Lambro (MI) - Tel. 0371/897613 - e-mail: info@panizzariwine.it - www.panizzariwine.it
 AZ. AGR. FLLI GUERCI DI GUERCI C.E.C. S.S., Via Crotesi, 20 - Casteggio (PV) - Tel. 0383/82725 - e-mail: guerci_flli@libero.it - www.guercivini.it
 AZ. AGR. GRAVANAGO DI GOGGI PAOLO, F.ne Gravanago, 1 - Fortunago (PV) - Tel. 0383/875219 - e-mail: lapineta@tin.it
 AZ. AGR. PICCHIONI ANDREA, Loc. Camponoce, 8 - Canneto Pavese (PV) - Tel. 0385/262139 - e-mail: picchioniandrea@libero.it - www.picchioniandrea.it
 AZ. AGR. QUAQUARINI FRANCESCO S.A.S - Via Casa Zambianchi, 26 - 27044 CANNETO PAVESE (PV) - Tel. 0385/60152 - e-mail: info@quaquarinifrancesco.it - www.quaquarinifrancesco.it
 AZ. AGR. SAN GIORGIO, Loc. Castello, 1 - S. Giuletta (PV) - Tel. 0383/899168 - e-mail: info@poderesangiorgio.it - www.poderesangiorgio.it
 AZ. AGR. TRAVAGLINO DI VINCENZO COMI E C. SAS, Località Travaglino - Calvignano (PV) - Tel. 0383/872222 - e-mail: info@travaglino.it - www.travaglino.it
 AZ. AGR. VERCESI DEL CASTELLAZZO, Via Aureliano, 36 - Montù Beccaria (PV) - Tel. 0385 60067 - e-mail: vercesicastellazo@libero.it - www.vercesicastellazo.it
 AZ. VITIVINICOLA VANZINI, F.ne Barbaleone, 7 - S. Damiano al Colle (PV) - Tel. 0385/75019 - e-mail: info@vanzini-wine.com - www.vanzini-wine.com
 CANTINA DI CASTEGGIO SOC. COOP. AGR. P.A., Via Torino, 96 - Casteggio (PV) - Tel. 0383/806311 - e-mail: info@cantinacasteggio.it - www.cantinacasteggio.it
 CANTINA SOCIALE INTERCOMUNALE DI BRONI SCARL, Via Sansaluto, 81 - Broni (PV) - Tel. 0385/51505 - e-mail: info@bronis.it - www.bronis.it
 CANTINE CONTE CARLO GIORGI DI VISTARINO SRL, F.ne Scorzoletta, 82/84 - Pietra de' Giorgi (PV) - Tel. 0385/85117 - e-mail: info@contevistarino.it - www.contevistarino.it
 CANTINE DI MEZZALUNA - AZ. VITIVINICOLA DORIA ELISABETTA ELENA, Loc. Casa Tacconi, 1 - Montalto Pavese (PV) - Tel. 0383/870282 - e-mail: cantinedimezzaluna@cantinedimezzaluna.it - www.cantinedimezzaluna.it
 CANTINE FRANCESCO MONTAGNA SRL, Via Cairoli, 67 - Broni (PV) - Tel. 0385/51028 - e-mail: info@cantinemontagna.it - www.cantinemontagna.it
 CASTELLO DI LUZZANO, Loc. Luzzano, 5 - Rovescala (PV) - Tel. 0523/863277 - e-mail: info@castelloluzzano.it - www.castelloluzzano.it
 CONSORZIO TUTELA VINI OLTREPO' PAVESE, P.zza V. Veneto, 24 - Broni (PV) - Tel. 0385/250261 - e-mail: info@vinoltrepo.it - www.vinoltrepo.it
 FEDERDOC - Confederazione Nazionale dei Consorzi Volontari per la Tutela delle Denominazioni dei Vini Italiani, Via Piave, 24 - Roma - Tel. 06 44250589 - e-mail: federdoc@federdoc.com - www.federdoc.com
 FRATELLI AGNES, Via Campo del Monte, 1 - Rovescala (PV) - Tel. 0385/75206 - e-mail: info@fratelliagnes.it - www.fratelliagnes.it
 GAZZOTTI GIOVANNI SNC DI GAZZOTTI MAURIZIO & C., Via Canerone, 13 - Montecalvo Versiggia (PV) - Tel. 0385/99722 - e-mail: info@vinigazzotti.it - www.vinigazzotti.it
 GIORGI FLLI & C. SAS, F.ne Camponoce, 39/A - Canneto Pavese (PV) - Tel. 0385/262151 - e-mail: info@giorgi-wines.it - www.giorgi-wines.it
 GOGAVIN SRL, Piazza Emanuele II - S. Maria della Versa (PV) - Tel. 0385/42416 - www.gogavin.it
 InOLTRE, F.ne Croce, 4A1 - Rovescala (PV) - Tel. 0385/756280 - e-mail: inoltrepo@virgilio.it
 ISIMBARDA S.A.S DI LUIGI MERONI E C., Fraz. Castello - Santa Giuletta (PV) - Tel. 0383/899256 - e-mail: isim@libero.it - www.tenutaisimbarda.com
 LA PIEVE SNC DI ROSSI FLLI, Fraz. Pieve, 16 - Rovescala (PV) - Tel. 0385 75543 - e-mail: info@lapieve.com - www.lapieve.com
 LE FRACCE, Via Castel del Lupo, 5 - Casteggio (PV) - Tel. 0383/82526 - e-mail: info@le-fracce.it - www.le-fracce.it
 LOSITO E GUARINI SRL, Via G. Modena, 10 - Redavalle (PV) - Tel. 0362/560325 - e-mail: leg@lositoequarini.it
 MARCHESI DI MONTALTO S.S. AGRICOLA, Loc.à Costa Gallotti - Montalto Pavese - Tel. 339/4982856 - e-mail: info@marchesidimontalto.it - www.marchesidimontalto.it
 MAXI DATA SRL, Via Milano, 46 - Casteggio (PV) - Tel. 0383/82438 - e-mail: amministrazione@maxidata.it - www.maxidata.it
 MONTEVERDI VINI, Via A. Moro, 19 - Borgo San Giovanni (LO) - Tel. 0371/97032 - e-mail: info@monteverdivini.it - www.monteverdivini.it
 PICCOLO BACCO DEI QUARONI, F.ne Costa Montefedele - Montù Beccaria (PV) - Tel. 0385/60521 - e-mail: info@piccolobaccodeiquaroni.it - www.piccolobaccodeiquaroni.it
 TENUTA LA COSTAIOLA, Via Costaiola, 23 - Montebello della Battaglia (PV) - Tel. 0383/83169 - e-mail: info@laco-staiola.it - www.lacostaiola.it
 TENUTA MAGGIORE DI ROBERTO SISTI, Fraz. Pieve, 40 - Rovescala (PV) - Tel. 0385/75081 - e-mail: info@tenutamaggiore.it - www.tenutamaggiore.it
 TENUTA PEGAZZERA SRL, Via Pegazzera - 27045 Casteggio (PV) - Tel. 0383/804646 - e-mail: info@pegazzera.it - www.pegazzera.it
 TORREVILLA S.C.A., Via Emilia 4 - Torrazza Coste (PV) - Tel. 0383/77003 - e-mail: info@torrevilla.it - www.torrevilla.it
 VALLE DEL RIESLING, Calvignano (PV) - Montalto Pavese (PV) - Oliva Gessi (PV) - Tel. 3488012334 - e-mail: Valledelriesling@hotmail.it
 VINICOLA DECORDI DEL BORGO IMPERIALE CORTESOLE SPA, Via delle Brede, 6 - 26045 MOTTA BALUFFI (CR) - Tel. 0375/310203 - e-mail: vinicola@decordi.it - www.decordi.it

Imprese cooperative: una grande realtà in provincia

a cura della redazione

Conoscere lo stato di salute delle imprese cooperative in provincia di Pavia. E' questo lo scopo per il quale la Camera di Commercio ha commissionato all'Università di Pavia uno studio, realizzato da Maurizio Maccarini e Pietro Previtali, del dipartimento di ricerche aziendali, facoltà di Economia. Ecco, in estrema sintesi, che cosa emerge dal lavoro appena pubblicato, che si è basato su elaborazioni dei dati contenuti nel database "Osservatorio Cooperative" di Unioncamere.

Nel corso degli anni le imprese cooperative hanno assunto un'importanza sempre maggiore nel contesto economico italiano ed in particolare all'interno della regione Lombardia (regione che ospita il maggior numero di aziende cooperative italiane).

I risultati della ricerca

La ricerca ha evidenziato un numero di cooperative attive in provincia di Pavia nell'ultimo triennio (2006-2008) in progressiva crescita, passando dalle 359 attive nel 2006 alle 418 attive nel 2008. Riguardo l'andamento nell'ultimo triennio delle cooperative attive per le varie province lombarde, si evidenzia che per tutte, eccetto che per le province di Lecco, Lodi e Sondrio, si registrano incrementi. Le suddette tre province, invece, registrano una lieve flessione nel passaggio dal 2007 al 2008. La provincia di Pavia si classifica al sesto posto per numerosità di cooperative attive nel 2006 (359, dietro alle province di Milano, Brescia, Bergamo, Varese, Como). Nel 2007 Pavia conferma i risultati (402) e nel 2008 avanza di un posto, con 418 imprese cooperative attive (prima di Como).



Vi sono poi dei dati relativi alla provincia di Pavia in termini di numerosità di imprese (al 2007), di numero di addetti (al 2005) e di valore aggiunto generato (al 2005) per i vari settori di attività economica. **Al 31 dicembre 2007 sono presenti 535 cooperative attive** sul territorio provinciale pavese pari allo 0,9% di tutte le imprese in provincia di Pavia. Il settore delle cooperative detiene **un peso percentuale pari al 2,7%** dell'intera forza lavoro dell'economia pavese per un

Da uno studio dell'Università di Pavia emerge un quadro rassicurante per la nostra provincia, soprattutto se raffrontato alla regione: aumentano le società e aumenta il Pil che producono in maniera sensibile

totale di 3.889 unità lavorative (dati relativi all'anno 2005), superando in numerosità sia il settore delle assicurazioni che quello del credito.

Per quanto riguarda **il rapporto tra il trend del PIL totale** (per ogni provincia lombarda per gli anni 2005 e 2006) e il trend del valore della produzione del settore cooperativo, la prima impressione che giunge riguarda il fatto che gli andamenti tra le due dimensioni non adottano medesimi comportamenti. A fronte di un aumento sia del PIL sia del valore della produzione per quasi tutte le province (eccetto Lodi e Milano per le quali ad un aumento del PIL corrisponde una riduzione del valore della produzione), l'incremento delle due dimensioni non è proporzionale. Per alcune province, quali Bergamo, Brescia, Cremona, Mantova e Pavia, il valore della produzione generato dalle cooperative aumenta in percentuale in maniera più consistente del PIL, questo significa che **il settore cooperativistico contribuisce all'incremento del PIL in maniera maggiore rispetto ad altri settori economici**. Viceversa, altre province, quali Como, Lecco, Sondrio e Varese vedono l'incremento del valore della produzione delle cooperative essere inferiore all'aumento del PIL totale provinciale e quindi anche il relativo apporto appare inferiore a quello di altri settori economici.

Adirittura, le province di Lodi e Milano presentano decrementi abbastanza considerevoli in termini percentuali rispetto ad incrementi sostenuti del PIL.

Nello studio dell'Università si considera poi **la variazione del valore della produzione prodotto dalle**

imprese cooperative in Lombardia tra il 2005 ed il 2006.

Emerge dai dati che tutte le province, eccetto Milano (-4,59% comprendente anche Monza Brianza) e Lodi (-7,55%), generano un incremento positivo di differente ampiezza. La provincia di Pavia è quella che registra l'incremento percentuale maggiore (13,89%; 78.488.179 euro).

La provincia di Bergamo che presenta il maggior incremento in termini di valori monetari, percentualmente raggiunge l'11,46%.

L'aggregato di tutte le province consente alla regione Lombardia di guadagnare un incremento dello 0,93%.

Conclusioni

La ragione della ricerca - sottolineano i due studiosi - risiede nella notevole vitalità del fenomeno in esame, caratterizzato da un elevato dinamismo produttivo ed economico, e da un ragguardevole posizionamento sul mercato di queste tipologie aziendali.

Queste si caratterizzano per un forte radicamento territoriale, a cui spesso è legata la nascita stessa dell'impresa cooperativa, e dalla capacità di interpretare e recepire gli stimoli provenienti dal territorio stesso, attraverso uno spirito imprenditoriale.

Dall'analisi condotta emerge un quadro della cooperazione pavese piuttosto positivo, sia in termini assoluti che in confronto percentuale sul posizionamento lombardo. I dati raccolti suggeriscono come all'aumento del PIL pavese, contribuisca in maniera più che proporzionale la cooperazione. Specificamente per quanto riguarda il settore della cooperazione, quella pavese è la protagonista in Lombardia per un maggior aumento percentuale del valore della produzione annuo rispetto alle altre province lombarde.

La ricerca dimostra che la cooperazione a Pavia, oltre ad essere una realtà consolidata, si rivela una leva di traino dell'economia pavese, in una situazione economica generale che non si può certo definire florida.

Carta d'identità dell'impresa cooperativa

La cooperativa è un'impresa, in forma di società, nella quale il fine e il fondamento dell'agire economico è il soddisfacimento dei bisogni della persona (il socio): alla base della cooperativa c'è la comune volontà dei suoi membri di tutelare i propri interessi di consumatori, lavoratori, agricoltori, operatori culturali, utenti dei servizi.

E così, mentre il fine ultimo delle società di capitali è la realizzazione di un profitto, che si concretizza nel riparto degli utili patrimoniali prodotti, le cooperative hanno invece uno scopo mutualistico, che consiste, a seconda del tipo di cooperativa, nell'assicurare ai soci lavoro, o beni di consumo, o servizi, a condizioni migliori di quelle che otterrebbero dal libero mercato. Proprio per la loro ragione di scambio mutualistico, vengono a volte definite "società a mutualità prevalente". Il codice civile (Libro Quinto, Titolo VI) individua le condizioni per considerare una cooperativa come tale: lo svolgimento di attività prevalentemente in favore dei soci, consumatori o utenti di beni o servizi; l'avvalersi delle prestazioni lavorative dei soci; l'avvalersi degli apporti di beni o servizi da parte dei soci. Quindi: se in una società di tipo capitalistico l'obiettivo è finanziario, nella società cooperativa il fine è quello di dare un lavoro o un servizio, per cui tuttavia il profitto rappresenta un mezzo per assicurare lo sviluppo della cooperativa in funzione dell'interesse primario del socio. La cooperativa comunque non prevede la redistribuzione del profitto, ma il reinvestimento dell'utile a sostegno dell'attività.

La minaccia delle cooperative spurie

Quello delle cooperative è perciò un ruolo importante che si scontra tuttavia, soprattutto nei servizi di facchinaggio, di pulizia, di trasporto, di assistenza alla persona e in edilizia, con gravi fenomeni distorsivi: appalti al massimo ribasso sia pubblici che privati, dumping contrattuale da parte di imprese non radicate sul territorio o di operatori spregiudicati. Sono le cosiddette cooperative "spurie" che hanno anche danneggiato l'immagine di un settore, alimentando un'idea delle cooperative scorretta, distorta e ingiusta. Il 10 ottobre 2007, in adempimento degli impegni presi nel cosiddetto protocollo welfare, è stato siglato tra parti sociali e Governo un'intesa, il "Protocollo Cooperazione", che ha previsto, tra l'altro, la costituzione degli Osservatori provinciali su convocazione delle Direzioni provinciali del lavoro, con il compito di fornire elementi utili per l'attività ispettiva, onde renderla più efficace. L'obiettivo conclusivo è assicurare l'applicazione dell'istituto della revisione all'intero universo cooperativo, prevedendo la necessità dell'ispezione revisionale per l'aggiudicazione degli appalti pubblici. Gli Osservatori sono attivi ormai in quasi tutte le province italiane. Accanto a questo, a livello provinciale, si è costituito un tavolo permanente sul tema della cooperazione promosso dall'amministrazione provinciale di Pavia, al quale collaborano Direzione provinciale del lavoro, Associazione generale cooperative italiane, Confcooperative, Lega nazionale cooperative e mutue, Anci Lombardia, Unione nazionale cooperative italiane Lombardia, Confsalcoop, Confsal-Fesica, Cgil, Cisl, Uil. L'obiettivo è mantenere trasparenza e legalità in questo settore a tutela dei numerosissimi operatori che lavorano rispettando e facendo rispettare le regole. Il tavolo sta patrocinando la pubblicazione di una guida con i riferimenti normativi che possa essere di supporto a chi deve affidare un incarico a una cooperativa e redigere dei fac-simile di bandi e di griglie di valutazione dove il punteggio per la qualità dei servizi offerti sia più alto rispetto al punteggio del prezzo più basso.

Il ruolo delle organizzazioni di categoria

Tra le realtà più attive nella lotta contro le cooperative "spurie" c'è Confcooperative (Confederazione Cooperative Italiane). Leader tra le associazioni di rappresentanza del movimento cooperativo in Italia è una realtà che a livello nazionale raduna quasi ventimila cooperative e 2.878.000 soci cooperatori, oltre a fatturare complessivamente 58 miliardi di euro e offrire lavoro a 480.000 persone, di cui il 40% donne. In provincia di Pavia l'organizzazione, secondo i dati del 2006, è composta da 96 cooperative per 10.746 soci e 2.863 lavoratori non soci. Il volume d'affari complessivo è di circa 294 milioni di euro. Tutte le cooperative associate come quelle aderenti alle centrali di rappresentanza (oltre a Confcooperative, Legacoop, Agci, Unci) sono soggette a revisione periodica che ha funzioni accertative del rispetto dei requisiti di mutualità e dei vincoli previsti dalla legislazione cooperativa, e ha il compito di segnalare le pratiche che consentono ed incentivano il miglioramento dell'attività della cooperativa stessa. L'associazione è impegnata da sempre a promuovere la cooperazione realizzata con passione, conoscenza e impegno. L'intenzione è quella di difendere l'immagine onesta e facendo luce su tutti gli aspetti di questo settore anche per consentire a chi si trovi ad operare con una cooperativa, di dotarsi degli strumenti necessari per saper distinguere la buona cooperazione dalla cattiva cooperazione, l'impegno e la legalità dalla profittevole speculazione e dall'illegalità.

Magie di Cioccolato: la dolcezza si fa poesia

di Marta Pizzocarò (Epoché)

Tra i peccatori di gola della provincia di Pavia - e non solo - Marcella Caso, titolare del marchio Magie di Cioccolato, è ormai famosa. E' lei che gestisce personalmente con passione e cura per il dettaglio il suo laboratorio artigianale a Garlasco, dove si produce puro cioccolato biologico. "Non ho scelto la strada del biologico per fare business - precisa Marcella - ma soltanto per dare un distintivo alla mia attività artigianale. Il cioccolato industriale ci ha fatto perdere il gusto di questo piacevole peccato di gola".

Nel ventaglio della sua produzione, Marcella Caso spazia dal cacao in polvere alle creme di limone e zenzero che aprono ed intermezzano il pasto, dalle sottilissime scaglie di cioccolato alle tavolette di cioccolato fondente e al latte. Fino ai più raffinati "cadeau" come cuori decorati a forma di cioccolato o lecca lecca di cioccolato al riso.

La sua storia ricorda la trama di un libro, sa davvero di magia e di favole per bambini. Chi non ricorda "La fabbrica di cioccolato" il più famoso libro per ragazzi scritto da Roald Dahl, ambientato nella città dove è presente la più grande fabbrica di cioccolato del mondo, posseduta dal signor Willy Wonka? E forse qualcuno ricorderà anche "Chocolat" di Joanne Harris - romanzo da cui è stato tratto il film omonimo con Juliette Binoche e Johnny Depp - ambientato a Lansquenet, un paesino della Normandia, ormai popolato solo da anziani contadini e artigiani, dove un martedì di carnevale arriva una giovane donna vestita con abiti colorati che affitta una vecchia panetteria abbandonata e in pochi giorni la trasforma in una

La Fine Chocolate Organization

La Fine Chocolate Organization è una realtà concreta ed importante in grado di sviluppare grandi progetti esecutivi finalizzati al raggiungimento di uno dei suoi obiettivi principali ma anche più difficili, cioè promuovere la filiera corta del cioccolato. Sono gli artigiani stessi ad incontrare i produttori di cacao di alta qualità provenienti da tutti i Paesi del Centro America, in modo da poterne valutare la produzione e individuare quelli che possono essere i presidi della Fine Chocolate Organization. I criteri di valutazione si attengono ai più alti standard di qualità in termini di materie prime, un buon processo di lavorazione e l'eccellenza del prodotto finale, tutto all'insegna del buon cioccolato italiano, poiché l'obiettivo è quello di avere un prodotto garantito di qualità. L'importanza della qualità infatti è al centro di ogni interesse, sia per il consumatore che per il produttore di un buon cioccolato.

incantevole chocolaterie, La Céleste Praline, sconvolgendo la staticità della vita dei paesani e riportandoli alla dimensione del piacere. Ma questa è letteratura, mentre Magie di Cioccolato è realtà. Un laboratorio nato il 5 febbraio del 2004 nel piccolo centro lomellino di Alagna - ora trasferito a Garlasco - dall'incontro di due passioni: il cioccolato ed il biologico.

"Il cioccolato è sempre stato parte del mio mondo - racconta Marcella Caso - Magie di cioccolato nasce da una passione che mi accompagna da quando ho il primo ricordo di infanzia: le sere passate con i miei genitori assaporando un pezzetto di cioccolato con un piacere unico, le moltissime ore trascorse a leggere e guardare la 'Fabbrica di Cioccolato di Willy Wonka', le prove nella cucina di mamma, le cene con gli amici e i corsi frequentati, i vari lavori fatti cercando una strada dopo le superiori, fino al giorno in cui, con i figli a scuola, ho deciso di buttarmi in quest'avventura. Il nome stesso del marchio nasce dalla magia che da sempre accompagna ogni giorno della mia vita".

Da qui ha preso il via una diversa interpretazione dell'arte cioccolatiera, dove la ricerca di materie prime di grande qualità, ma allo stesso tempo rispettose della natura, ha portato all'elaborazione di una gamma di

prodotti dal gusto raffinato ed allo stesso tempo semplice, che punta a far riscoprire i sapori ed i colori di un mondo che la moderna industria dolciaria sta cancellando.

"Una volta che sei riuscito a trovare tutte le cose materiali per la lavorazione del cioccolato: ottime materie prime, macchine efficienti, spazi adeguati, se non si lascia libero sfogo ad amore, passione e gusto, il cioccolato diventa una piatta tavoletta marrone che sa di qualcosa ma non di cioccolato - afferma la maître chocolatier - Se non c'è passione tanto vale lavorare della plastica al gusto di cioccolato".

Fedele a questa filosofia, **Magie di Cioccolato offre più di 60 prodotti** a base di cioccolato per gelaterie, pasticcerie, ristoranti e alberghi e piccoli rivenditori di alimenti biologici, oltre a rispondere ad esigenze specifiche di dimensioni, confezioni e distribuzioni.

"In genere realizzo molti soggetti originali su richiesta del cliente. Tanto per fare un esempio, grazie ad una collaborazione con un artigiano che realizza oggetti in por-

Nel suo negozio di Garlasco, assecondando un'antica passione, Marcella Caso ha creato un marchio dedicato alla lavorazione artigianale, ricca di fantasia e ironia, di uno dei prodotti più amati al mondo

cellana, abbiamo creato una linea per la cioccolata in tazza con la 'chicchera', la tazza per servire la cioccolata, in edizione limitata e numerata per collezionisti. In un'altra occasione abbiamo realizzato un pendente in cioccolato da agganciare a un collier in oro e completato la parure con una coppia di orecchini sempre in cioccolato".

Prima di intraprendere l'attività di cioccolatiera, Marcella ha seguito per un paio di anni parecchi corsi, svolgendo una serie di ricerche sulla materia prima fino a sviluppare delle competenze vere e proprie, che hanno portato Magie di Cioccolato a diventare una delle realtà più solide del settore.

"Il segreto sta tutto nella capacità di ricercare nuove interpretazioni per un prodotto forse un po' stereotipato come il cioccolato - spiega Marcella - guardando oltre la classica tavoletta. Quello che ho cercato di fare è sperimentare accostamenti con altre materie prime, così da offrire qualcosa di davvero unico al consumatore. Naturalmente anch'io ho in catalogo la tavoletta, ma è l'articolo meno richiesto. Invece sono molto gettonati i prodotti semi-lavorati come le scaglie, o le creme per dolci e per salati".

Proponendo cioccolati aromatici particolari, Magie di Cioccolato serve anche la ristorazione, per l'impiego accanto a carni, pesce e verdure. Mandorle e arance di Sicilia, nocciole di Giffoni, peperoncino calabro, limoni di Sorrento, lavanda, alloro, mele cotogne sono solo alcuni dei tanti aromi e ingredienti di prima qualità efficacemente accostati al cioccolato. Principalmente la ricerca delle materie prime avviene sul mercato italiano, fin dove possibile. Per tutto il resto, già da tempo Marcella importa materie prime dall'estero, come lo zenzero, che arriva dalla Cina.

"Ho intessuto una fitta rete di contatti con i produttori nei luoghi d'origine, a garanzia dell'assoluta genuinità del prodotto finale. Penso che la certificazione e la trasparenza di provenienza siano



un valore aggiunto alla qualità, specie se si tratta di prodotti biologici".

Sia per i suoi contatti personali, direttamente con i produttori, sia grazie ad un'associazione creata tra cioccolatieri, la "Fine Chocolate Organization" di cui lei stessa è consigliera e rappresentante, Marcella ha dei canali di approvvigionamento garantiti e certificati.

Accanto alla produzione artigianale Magie di Cioccolato organizza eventi, degustazioni guidate e corsi per imparare l'arte del cioccolato, sia su richiesta che per il pubblico. **Prossimamente in programma:** degustazione di formaggi e cioccolato, degustazione di birre e cioccolato, realizzazione di piccoli desideri al cioccolato, degustazione di cioccolatini, produzione del centro tavola al cioccolato per un dolce Natale. Gli incontri, serali, si svolgeranno presso il laboratorio Magie di Cioccolato, in via Borgo San Siro 56 a Garlasco. Anche le fiere sono importanti, perché rappresentano occasioni ideali per confrontarsi, scambiarsi conoscenze, perfezionarsi: sono la vetrina sull'Europa e nel mondo. Una delle collaborazioni più interessanti di Magie di Cioccolato è nata proprio nel contesto di una esposizione fieristica: un produttore di salumi della Toscana ha realizzato un salame alla bonarda con gocce di cioccolato, dove le note amaro-gnole del cacao hanno trovato un'armonia perfetta con il salame.

"Un esperimento molto ben riuscito". Afferma Marcella, e quanto ai suoi gusti personali, svela: "Per me rigorosamente fondente, ma una coccola al latte non ci sta niente male. Naturalmente niente coloranti, conservanti e aromi. E poi se dico che in un cioccolatino metto la pera, pera è; trasgredisco solo con i metalli alimentari perché un tocco di oro, rame o argento dona al cioccolato quella magia in più che in alcuni momenti serve".

Ma il cioccolato, in particolare quello fondente, oltre ad essere buono fa anche bene: uno studio fatto da un'università inglese, ha confermato che il consumo di cioccolato fondente, i classici 20 gr al giorno, oltre che aiutare il cuore a pompare meglio il sangue, ad

aumentare l'attenzione nei momenti di studio, a dare una sferzata di energia durante uno sforzo fisico, favorisce la lotta alle carie dentarie, impedendo ai batteri di rovinare lo smalto.

Da queste scoperte nasce anche la linea "curativa" di Magie di cioccolato: un cioccolato artigianale ricco di olii essenziali come arancio dolce, basilico, bergamotto, camomilla romana, cannella, limone giallo, menta piperita, pompelmo, rosa damascena, salvia, yvetter e molti altri. Tutte le "magie di cioccolato" avvengono nel laboratorio di Marcella, un posto che sa di artigianato e fantasia.

"Al mio laboratorio si accede dalla porticina sul fondo del piccolo negozio adiacente. Passando da un locale all'altro si fa sempre più forte il profumo del cioccolato fino a ritrovartelo addosso e sulla pelle come parte del corpo. Il negozio ha tutte le sfumature del giallo, dalle pareti al pavimento, ai mobili in pino e betulla, con un accenno al rosso per l'angolo lettura; il laboratorio avvolge con i colori del rosa e del lilla per lavorare in armonia con lo spirito artistico. Diciamo che una volta dentro sei fuori dal mondo, con tutti i rumori esterni assopiti, rimangono solo gli spazi per la fantasia e la manualità. Per la vendita ho un piccolo spaccio aperto liberamente il sabato dalle 10 alle 12 e dalle 15,30 alle 19, mentre durante la settimana basta una telefonata per sapere se sono disponibile".

Microcast, tecnologia dai Bronzi di Riace

nostro servizio



C'è un'azienda a Mortara che lavora i suoi prodotti utilizzando un metodo vecchio di tremila anni. L'azienda è la Microcast srl e la tecnologia che la rende unica nel panorama industriale locale e rara nel panorama nazionale, è la fusione "a cera persa".

"E' proprio la stessa tecnica utilizzata dai grandi maestri scultori del mondo greco classico, per esempio per i Bronzi di Riace. Nel rinascimento il Cellini la usò per il suo David", dice Marco Rubinelli, direttore generale dell'azienda. Raccogliendo la tradizione e affi-

nando la tecnica, la Microcast ha conquistato una posizione di sempre maggior rilievo nel panorama nazionale delle fonderie che utilizzano questo metodo di lavorazione. "La storia della Microcast è la testimonianza del fatto che un metodo valido può durare per sempre", aggiunge Rubinelli.

Microcast sorge inizialmente a Vigevano nel 1981, per iniziativa del rag. Francesco Boffino - oggi presidente dell'azienda - come fornitrice della locale industria di macchinari per i calzaturifici. Nel 1992 il diret-

L'azienda di Mortara utilizza l'antico metodo della fusione "a cera persa" per lavorazioni di precisione dell'acciaio. Dalle valvole meccaniche alle macchine agricole, dalla chimica al settore aeronautico

tivo trasferisce la sede operativa a Mortara su un'area di 10.000 mq, avviando una fase di importanti investimenti in strutture e tecnologie. Nel giro di pochissimi anni la Microcast diventa una delle prime aziende italiane nel settore della fusione di precisione in acciaio con tecnologia "a cera persa", conquistando un ruolo di leadership e con un unico concorrente a livello nazionale, che è l'azienda Microfusione Italiana.

"Sostanzialmente - spiega Rubinelli - la tecnica della fusione a "cera persa" funziona così: si fa

Pavia economica

un modello di cera, lo si ricopre di ceramica, poi si cola il metallo fuso e la cera si scioglie - si perde, appunto. Al suo posto si ottiene il pezzo in metallo, che è quello che noi vendiamo come prodotto finito o semi-finito”.

La fase iniziale per produrre un getto a cera persa, consiste nella costruzione di uno stampo per iniezione della cera nella forma del pezzo da realizzare. Tramite macchine per iniezione, la cera viene immessa nello stampo per fare tanti modelli quanti sono i pezzi da produrre. I modelli vengono poi uniti ai canali di alimentazione, anch'essi in cera, fino a formare dei grappoli che verranno immersi in un impasto ceramico e poi rivestiti con materiale refrattario, a “granulometria controllata”.

Queste operazioni, intervallate da vari cicli di essiccazione, sono ripetute più volte, fino ad ottenere un guscio ceramico di spessore sufficiente a sopportare la pressione del metallo fuso.

Le forme così ottenute vengono poi messe in autoclave, dove la combinazione tra pressione e temperatura fa sciogliere la cera, per poi passare a cuocere in forni speciali ad alta temperatura. Il guscio ceramico acquisisce così la dovuta resistenza meccanica e si eliminano contemporaneamente gli ultimi residui cerosi.

A questo punto viene colato il metallo liquido rovente che attraverso i canali di alimentazione e gli attacchi di colata va a riempire tutti i vuoti precedentemente occupati dai modelli di cera.

Solo dopo il raffreddamento avviene la rottura del guscio ceramico e si ottiene così il grappolo di metallo. I singoli pezzi fusi vengono separati dal grappolo mediante troncatura e sottoposti alla successiva operazione di sbavatura, pronti per le successive fasi di finitura, trattamento termico, lavorazione meccanica e di controllo.

Con la tecnica della “cera persa” la produzione della Microcast copre numerosi settori specializzati: valvole industriali, alimentare, meccanica generale, automotive, elettromeccanica, macchine agri-



La storia antica della lavorazione “a cera persa”

I Bronzi di Riace sono una coppia di statue bronzee di dimensioni leggermente superiori al vero (altezza m 2 circa), di provenienza greca o magnogreca o siceliota, databili al V secolo a.C. e pervenute in eccezionale stato di conservazione e attualmente conservate al Museo Nazionale della Magna Grecia di Reggio Calabria. Le due statue, oggi simboli della città di Reggio Calabria, sono state rinvenute nel 1972 da un giovane sub dilettante romano nel Mar Jonio a 8 metri di profondità nei pressi di Riace e sono considerate tra i capolavori scultorei più significativi del ciclo ellenico, tra le poche testimonianze dirette dei grandi maestri scultori del mondo greco classico giunte fino a oggi complete. A seguito del restauro terminato nel 1995, il materiale interno ai Bronzi ha rivelato la tecnica usata per realizzare la forma delle due statue. Si è appreso che per la realizzazione delle due statue - con una lega di rame e stagno diversa per ognuno dei due bronzi - furono saldati fra loro vari pezzi (testa, braccia, mani, busto e gambe, parte anteriore dei due piedi), fusi utilizzando la tecnica detta “a cera persa”, che consiste nel rifinire, sulla forma d'argilla già abbozzata dall'artista, l'immagine voluta per la statua, usando della cera - certamente più facile da modellare - dallo spessore finale desiderato per il bronzo (7-8 millimetri nel caso dei bronzi di Riace come si deduce dallo spessore del metallo nel busto). La cera veniva poi rivestita di materiale refrattario che avrebbe resistito al calore del bronzo fuso, nel quale si facevano delle aperture, da cui la stessa cera poteva fuoriuscire dopo essere stata riscaldata. A questo punto del processo di lavorazione vi era uno spazio vuoto tra la forma più interna abbozzata in argilla e il rivestimento di materiale refrattario. In quest'intercapedine, che esternamente aveva la forma voluta dall'artista, veniva colato il bronzo fuso che riempiva il vuoto lasciato dalla cera. Avvenuto il raffreddamento del metallo, si toglieva il materiale refrattario esterno, mentre veniva lasciata imprigionata nel metallo quella parte della forma interna che non si riusciva ad estrarre.

cole e di movimento terra, pompe, edile, arredamento, packaging, chimica e farmaceutica, industria cantieristica e nautica, tessile, militare e aeronautico.

Per tutte queste categorie l'azienda non ha prodotti propri, ma produce pezzi semilavorati o finiti su disegno e specifica del cliente, tra cui ci sono anche nomi importanti come Fiat, BMW, Aprilia, Lonati, Technogym. Alcuni esempi di pezzi di uso comune prodotti dalla Microcast sono le cerniere per mobili, le protesi ortopediche, parti di valvole per termosifoni e parti di valvole per centrali nucleari.

“Non c'è un prodotto di punta in particolare, anche se l'azienda ultimamente sta investendo parecchio nel settore dell'automotive, quello della progettazione di veicoli a motore, per intenderci” dice Rubinelli.

Nell'ottica di diventare azienda leader nel campo delle innovazioni di processo e di prodotto, la Microcast ha recentemente portato a termine un'importante fase di investimenti in strutture - 1000 mq coperti si sono aggiunti ai 10.000 mq di partenza, di cui già 5.000 mq coperti - apparecchiature di avanguardia e risorse umane.

Attualmente l'azienda impiega 100 persone in due stabilimenti, con un fatturato che nel 2007 si aggirava intorno ai 12,7 milioni di euro.

Anche dal punto di vista ambientale Microcast è all'avanguardia e lo testimonia il completamento di un tetto fotovoltaico di 2500 mq per la produzione di 250 Kw. I ruoli dirigenziali dell'azienda sono affidati a Francesco Boffino - presidente, Daniela Boffino - amministratore delegato, Marco Rubinelli - direttore generale, Fiorenzo Catoldi - direttore tecnico e di produzione.

“Prima di tutto la qualità, il resto viene dopo. Questa è la nostra filosofia aziendale - conclude Rubinelli - Solo così una squadra di cento persone riesce a gestire un rapporto strutturato con oltre 500 clienti e a offrire una gamma di più di 6000 componenti”.

Uno sguardo alla manifattura pavese

Un quadro sintetico dell'evoluzione congiunturale in atto nella prima parte dell'anno scaturisce anzitutto dall'osservazione della dinamica delle principali variabili ed in particolare da quella della triade produzione-fatturato-ordinativi, unitamente alla dinamica dei prezzi. L'andamento della produzione registrato dalle industrie della provincia di Pavia nei primi sei mesi del 2008 è altalenante: mentre il primo trimestre chiude su base annua con una flessione dell'1,1%, il secondo fa rilevare un risultato speculare (+1%).

La situazione pavese riflette la generale incertezza registrata in tutta la Lombardia: nel secondo trimestre 2008, infatti, i livelli produttivi regionali registrano una lieve diminuzione sia rispetto all'anno precedente (-0,6% la variazione tendenziale) sia nel confronto con il 1° trimestre 2008 (-0,3% la variazione congiunturale depurata dagli effetti stagionali).

In provincia lo stesso saliscendi caratterizza la performance degli ordinativi provenienti dal mercato interno, che tra gennaio e marzo hanno perso l'1% rispetto all'anno precedente, successivamente compensato dall'1,8% recuperato tra aprile e giugno.

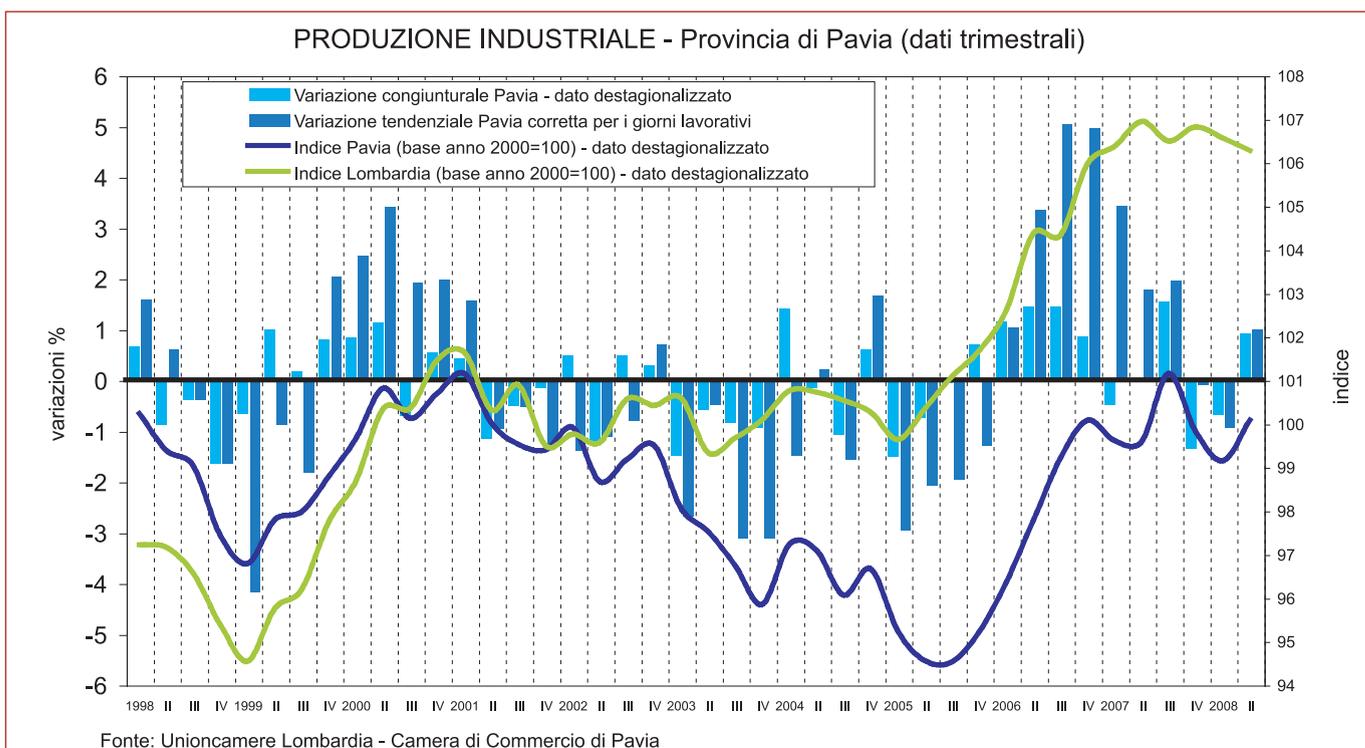
Gli ordini esteri registrano un affievolimento nel ritmo

di crescita, passando da un 9,6% tendenziale di marzo al 3,8% di giugno. Dopo gli eccellenti risultati del 2007, gli ultimi dati fotografano una recente debolezza delle industrie pavese sui mercati internazionali. Il fatturato totale non riesce a tamponare la perdita notevole subita nel primo trimestre dell'anno (-4,6%) con il risultato del secondo trimestre che resta, come accade ormai costantemente da un anno, su valori negativi (-1,8%), anche se attenuati nell'ultimo periodo.

Resta preoccupante la discesa della fetta di fatturato alimentata dal business con l'estero, che passa dal 26% ad un risicato 25%, con valori in caduta libera da un anno a questa parte.

Le variazioni di prezzo delle materie prime appaiono in tutta la loro consistenza nei primi sei mesi del 2008 (6,3% nel primo trimestre, 7,5% nel secondo) e mostrano un incremento annuo di oltre il doppio rispetto a quelli registrati dai prezzi dei prodotti finiti (oltre il 3% sia a marzo che a giugno). La dinamica dei prezzi alla vendita chiude la prima metà dell'anno su valori crescenti rispetto alla media 2007.

Il momento congiunturale evidenzia una ripresa produttiva del secondo trimestre (quasi l'1%) su quello precedente, quando il dato trimestrale si arrestava al



ECONOMIA

CONGIUNTURA: MANIFATTURA NEL 1° SEMESTRE 2008

-0,6%. A fronte di una sostanziale invariabilità dei dati di fatturato, assistiamo nella prima parte dell'anno ad un cedimento costante degli ordinativi che chiudono giugno in negativo il confronto con i tre mesi precedenti, sia sul fronte interno (-0,2%), sia su quello estero (-0,8%).

Nel confronto trimestrale l'andamento dei prezzi delle materie prime da gennaio a giugno restituisce valori più alti, addirittura doppi, rispetto a quelli del 2007, che però non si traducono in un immediato rincaro dei prodotti finiti, i cui prezzi lievitano comunque ma in modo più contenuto.

Osservando la struttura del campione di industriali intervistato nel 2° trimestre 2008 vediamo che rispetto alla fine del 2007, si verifica un peggioramento nella distribuzione delle frequenze: sempre meno imprenditori dichiarano variazioni positive molto elevate mentre sempre di più sono quelli che evidenziano risultati produttivi negativi, di scarsa o elevata entità. Cala anche la classe di frequenza alla quale appartengono le imprese che evidenziano variazioni produttive minime o ridotte, contenute nell'1%.

La situazione occupazionale migliora leggermente: giugno si chiude con un timido +0,36%, frutto di uno sbilancio tra il tasso d'ingresso pari all'1,93% e quello di uscita nel trimestre che si ferma al 1,57%. Durante il 2007, l'occupazione pavese aveva subito una penalizzante battuta d'arresto, con tassi negativi che in chiusura d'anno arrivavano al -1,6%.

In leggero peggioramento è però la situazione della Cassa Integrazione Guadagni: nei primi sei mesi di quest'anno le imprese che vi hanno fatto ricorso sono aumentate fino al 10% di giugno (12% nel 1°

trimestre dell'anno) per una quota dell'1,35% sul monte ore autorizzato (2,3% nel 1° trimestre). Approfondendo gli aspetti strutturali dell'indagine congiunturale sul settore manifatturiero pavese, prendiamo in considerazione un primo elemento: la dimensione d'impresa. Nel primo semestre 2008 le migliori performance produttive sono state appannaggio delle medie imprese (50-199 addetti), che su base annua hanno difeso un buon 2% nei primi tre mesi dell'anno, migliorandolo nella seconda parte del semestre (3,3%). Le medie imprese sono anche quelle che difendono, in controtendenza con l'andamento complessivo, buoni risultati di fatturato (oltre il +4% nel 1° e oltre il 5,6% nel 2° trimestre).

Le numerose piccole aziende iniziano male l'anno con una flessione produttiva che sfiora il -5,3% tra gennaio e marzo, per poi concludere a metà anno con un insufficiente risultato che non va oltre il -1,4%. Esse tuttavia sfruttano intensivamente gli impianti nel 2° trimestre (71,3%), in misura superiore alla media provinciale, e recuperano terreno anche sotto il profilo degli ordinativi, sofferenti nella prima parte dell'anno. Le grandi imprese tentennano sul fronte produttivo dichiarando risultati negativi ma contenuti nel mezzo punto percentuale. Risultati contrastanti per le aziende di maggiori dimensioni anche in termini di fatturato, che cede oltre 2 punti percentuali nel primo per poi recuperarli nel secondo trimestre. Gli ordini interni faticano molto nella prima parte dell'anno sacrificando oltre il 10% per poi rifarsi con un debole +2,3% nella seconda parte del semestre. Infine, sul fronte estero gli ordinativi conquistati sono comunque flebili intorno ad un +1,5% (marzo) e -1% (giugno).



ECONOMIA

CONGIUNTURA: MANIFATTURA NEL 1° SEMESTRE 2008

Analizzando l'andamento congiunturale dal punto di vista dei più significativi settori economici si nota una prevalenza di segni positivi, fatta eccezione per il tessile e le pelli e calzature. Questi due ultimi comparti fanno registrare segnali ancora preoccupanti: il tessile, dopo aver chiuso male il 2007, continua in flessione nei primi sei mesi del 2008 con un cedimento produttivo dell'1,4% nel primo trimestre e del 4,8% nel secondo. La crisi del settore è confermata da una situazione di ordinativi carenti, soprattutto dall'estero (-14,6%, il dato di giugno) e da giacenze di magazzino molto esuberanti.

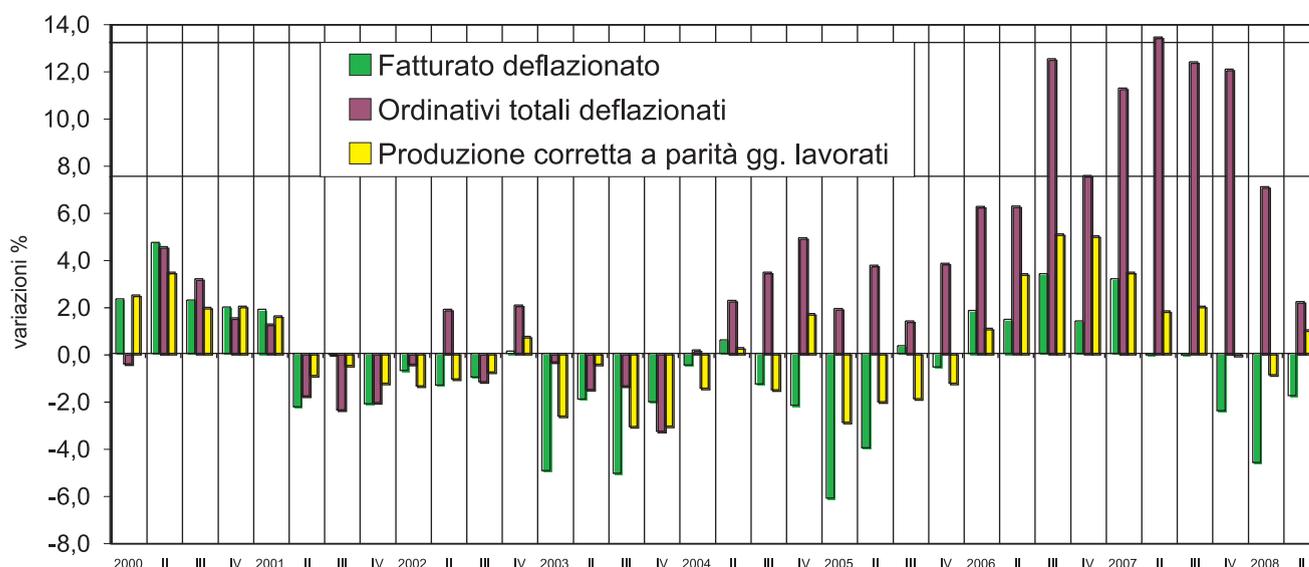
Il comparto pellettiero-calzaturiero chiude anch'esso il bilancio del primo semestre in rosso con una sofferenza produttiva del -5,1%; sebbene gli impianti produttivi mantengano un buon livello di utilizzo, gli ordini perdono altri colpi, rimettendoci oltre 16 punti percentuali (dato di giugno) sul mercato interno e oltre 8 su quello esterno, mentre i magazzini traboccano di scorte stoccate.

Il comparto moda vede qualche spiraglio di luce provenire solo dall'abbigliamento che a fine giugno recupera un +2,5% di produzione e un ottimo 20% di incremento di ordini raccolti sul mercato domestico. Soltanto il versante occupazione nel comparto desta apprensioni per la flessione di quasi il 6% nel periodo aprile-giugno rispetto ai primi tre mesi dell'anno.

Semestre di rimbalzi produttivi per la meccanica, che, dopo la performance invernale chiusa con il segno meno (-0,8%), appiana i conti nel periodo primaverile totalizzando un discreto 1,4%. La performance è corroborata dall'elevato sfruttamento delle attrezzature industriali (77%) e da nuove boccate di ossigeno per gli ordinativi, che recuperano la perdita del 1° trimestre sull'area interna (+5,7%) e migliorano ulteriormente le risultanze su quella esterna con un 5,9%. Tutto ciò è da abbinare ad 84 giornate di produzione assicurate, che garantiscono oltre 4 mesi di lavoro al comparto meccanico pavese.

Dopo aver concluso il 2007 in maniera egregia, il settore chimico pavese difende ancora un buon risultato nei primi sei mesi del 2008, seppure con qualche neo nell'andamento del fatturato e degli ordini interni. La produzione segna un +2,4% a marzo e un +5,6% a giugno, accompagnata da un buon ritmo degli ordini esteri che passano da un +3,4% ad un +4,2%. Le giornate di lavoro garantito dalle commesse a fine trimestre riescono a superare il mese di impegno produttivo, dopo la cronica insufficienza notata nello scorso anno solare. Dopo la recente debolezza il comparto alimentare stenta ancora a rinsaldare la crescita. Se nel 1° trimestre 2008 il segno della produzione era negativo (-1,7%), nel secondo notiamo una discreta compensazione (+4%), associata ad

FATTURATO - ORDINATIVI - PRODUZIONE - Provincia di Pavia (Variazioni tendenziali, dati trimestrali destagionalizzati)



Fonte: Unioncamere Lombardia - Camera di Commercio

ECONOMIA

CONGIUNTURA: MANIFATTURA NEL 1° SEMESTRE 2008

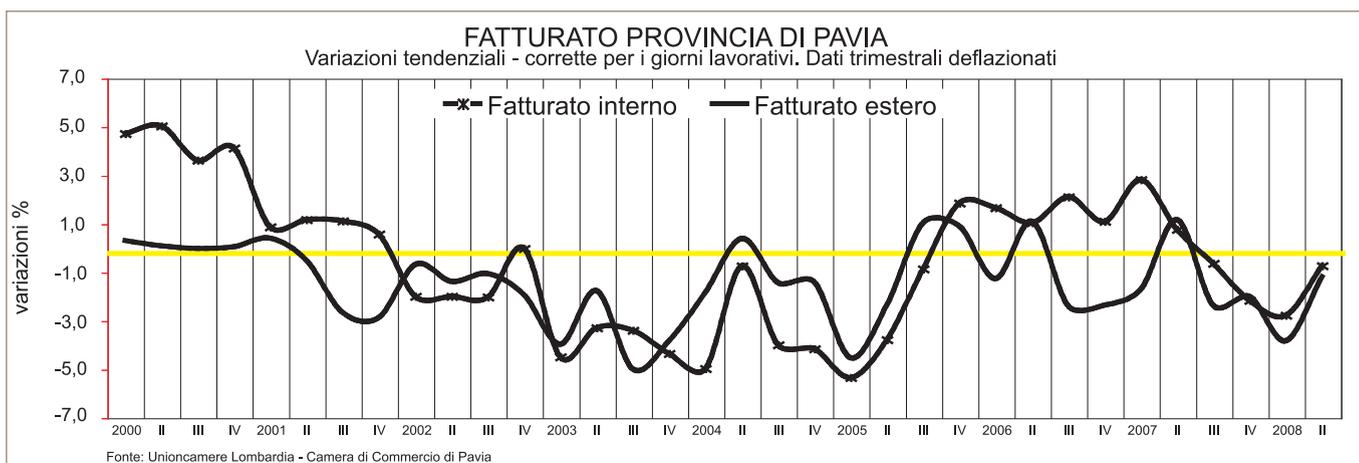
una scossa del fatturato (+3,8%), assopitosi nel primo trimestre (0,8%), e ad un livello soddisfacente di ordini interni (+3,6%). D'altro canto, resta debole l'indicatore della forza compartimentale sui mercati esteri e le giornate di lavoro garantite dal portafoglio ordini a fine giugno. Segnali contrastanti dal settore della gomma/plastica che dopo lo slancio conclusivo del 2007, inizia sottotono il 2008 con la produzione in lieve crescita (+0,9%) per poi rallentare tra aprile e giugno fino al -0,14%. Seppure gli impianti risultino utilizzati per 3/4 della loro forza produttiva, e il periodo di produzione assicurata lievitati a 60 giorni, gli ordini esteri stentano ancora su scarti annuali insufficienti (-1,3% a giugno), sebbene non ai livelli preoccupanti del 4° trimestre 2007. Guidano la classifica per destinazione economica dei beni le aziende che producono beni di consumo: esse mostrano una crescita superiore al 5% nel periodo aprile-giugno, dopo un primo trimestre assestato su livelli simili all'anno precedente (-0,43%); gli scostamenti di fatturato e di giornate di lavoro assicurate dal parco ordini restano però deboli. A seguire troviamo performance quasi stazionarie per le industrie di beni intermedi (+0,5% la variazione produttiva di giugno su base annua), che mostrano anche valori piatti per fatturato e ordinativi esteri mentre le quantità di beni in magazzino sono eccedenti. Più positiva la situazione sul versante delle giornate di lavoro assicurate dal portafoglio clienti. Le ditte che producono beni di investimento evidenziano invece variazioni rispetto all'anno precedente leggermente migliori e vicine all'1%. La condizione di questa fetta di imprenditoria pavese è però più stabile nel 2° trimestre 2008: gli impianti vengono sfruttati per oltre 4/5 della loro potenzialità, il fatturato e gli ordini sono in ascesa su tutti i mercati e, a fronte di

scorte scarse in magazzino, le giornate di produzione assicurata superano abbondantemente i 5 mesi e mezzo. A fine giugno gli imprenditori pavesi esprimono aspettative in netto peggioramento per il terzo trimestre 2008. Essi vedono negativamente il trend atteso per la produzione, l'occupazione e la domanda in provincia di Pavia: i giudizi espressi al ribasso sia in relazione a futuri incrementi produttivi e a miglioramenti sul fronte delle commesse interne toccano i minimi storici dal 2000 ad oggi.

Le percezioni dei manager a livello generale in Lombardia sono tutte marcatamente negative, e ciò non giova al generale clima economico già prostrato da performance deludenti.

Ancora segni di cedimento per l'economia artigiana pavese nella prima parte del 2008: la produzione peggiora ancora rispetto ai dati 2007, perdendo quasi 3 punti percentuali nel primo e oltre 3 nel secondo trimestre 2008. Il rallentamento è confermato anche dal confronto su base trimestrale e misurabile intorno al -1%. In pesante caduta tendenziale anche fatturato e ordini che accusano forti perdite (-8,1% il primo e -8,7% i secondi); il trend di queste due variabili è in discesa anche su base trimestrale: gli ordini a giugno lasciano sul tappeto oltre il 3% rispetto ad aprile e il valore del fatturato cede anch'esso quasi 2 punti e mezzo.

Le scorte di merci, che sono state scarse per tutto l'arco del 2007, continuano nella stessa direzione nei primi sei mesi dell'anno, seppure con un'attenuazione quantitativa nel 2° trimestre, senza però che ciò si sia realmente tradotto in un concreto sviluppo produttivo. Il livello dei prezzi rimane alto con incrementi nel periodo aprile-giugno in linea con quelli misurati tra gennaio e marzo.



Pavia conquista l'Austria

Ha avuto successo la missione pavese-lombarda in Austria per la presentazione dell'offerta turistica a tour operator e stampa locale. Duecento sono stati i contatti che si sono sviluppati tra operatori lombardi e austriaci nei workshop organizzati a Vienna e Linz. Alcuni "pacchetti" sono stati presentati dagli operatori pavesi e nei prossimi mesi le proposte potranno essere tradotte in accordi economici.

L'Assessore provinciale al Turismo di Pavia, Renata Crotti, ha rappresentato il territorio pavese nella delegazione lombarda ricevuta dall'Ambasciatore italiano a Vienna, Massimo Spinetti: un incontro formale ma anche un contatto con i responsabili degli uffici commerciali dell'Ambasciata presenti all'incontro.

La delegazione italiana ha incontrato il direttore dell'Ente Nazionale Italiano per il turismo (Enit) a Vienna, Gaetano Manzo.

A Linz, la manifestazione "Ciao Lombardia" ha occupato per tre giorni il centro storico di Linz con una trentina di stand di degustazione dei prodotti enogastronomici lombardi e pavesi: gli "assaggi" sono stati graditi dagli austriaci che hanno affollato le strade della città che, nel 2009, sarà capitale europea della cultura. Presso l'Arcotel Nike di Linz, la sera dell'11 settembre, uno spettacolo degli sbandieratori di Mortara, accompagnati dalla Confraternita del salame d'oca, ha accolto sulle rive del Danubio gli ospiti della degustazione preparata dallo staff dello chef pavese Agostino Cremonesi, a cui sono state invitate autorità locali, tour operator e giornalisti.

Obiettivo del progetto è quello di aumentare i flussi turistici provenienti dall'Austria in Lombardia e, in particolare, in provincia di Pavia. La Lombardia è al sesto posto, subito dopo il Lazio, nella graduatoria delle destinazioni preferite dai turisti austriaci in Italia con 278.000 presenze registrate e circa 98mila arrivi nel 2006. La finalità è apparsa perfettamente in linea con la tendenza del turismo austriaco che sta spostando il proprio interesse dai grandi centri italiani ai tour diretti verso centri piccoli e più tranquilli ma ricchi di un'offerta diversificata e di servizi.

Pavia per gli austriaci è tutta da scoprire e il suo territorio risponde ai requisiti ricercati dal nuovo trend: la visita ai luoghi dell'arte, in collegamento alle altre città lombarde, i tour enogastronomici, la vicinanza ai grandi centri come Milano o Genova.

Anche i teatri, a cominciare dal Fraschini di Pavia, potrebbero essere una delle mete del turismo austria-

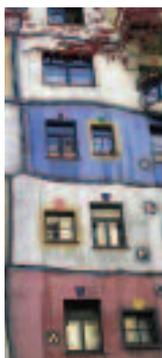
co che tiene sempre in considerazione la musica, con relativi festival e cartelloni. L'Oltrepò pavese è ricercato dai tour operator austriaci per il soggiorno anche come "tappa" nell'itinerario di passaggio dal nord verso Liguria e centro Italia.

Il roadshow per la promozione turistica ed enogastronomica della Lombardia in Austria è stato organizzato dalla Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia e Camera di Commercio di Pavia, attraverso Paviamostre, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, con la Provincia di Pavia, Camera di Commercio di Bergamo, Camera di Commercio di Varese/Varese land of Tourism, Camera di Commercio di Mantova, Camera di Commercio di Lodi. Ha collaborato Ascom, Associazione Commercianti della Provincia di Pavia. I partner in Austria: Enit, Regione Alta Austria, Camera di Commercio dell'Alta Austria, Città di Linz. Il costo complessivo del progetto ammonta a 80mila euro, metà finanziato dalla Regione Lombardia, metà dagli altri partners lombardi.

E' la prima volta che Pavia è capofila, ideatore e organizzatore, di un progetto di promozione del territorio a livello internazionale. Di fatto, diciotto dei trentasette operatori che hanno composto la missione lombarda sono pavesi e rappresentano il settore turistico, enoagroalimentare e artigiano.

Un primo passo il cui ruolo viene valorizzato dalle parole degli organizzatori del progetto: "La Camera di Commercio di Pavia - commenta il Presidente Piero Mossi - esprime soddisfazione per aver portato a termine con successo il delicato e rilevante compito di soggetto responsabile di questa importante missione che ha promosso il turismo e l'eno-gastronomia pavese e lombarda in un Paese, l'Austria, particolarmente attento alla tipicità italiana e decisamente rilevante per il turismo e per la bilancia commerciale della Lombardia".

Dichiara Renata Crotti, Assessore al Turismo e attività termali della Provincia di Pavia: "La missione ha confermato che quella intrapresa è la strada giusta. Si tratta ora di potenziarla riaffermando l'importanza del rapporto con Enit e Regione Lombardia da una parte e con il territorio dall'altra, in un corretto e sinergico equilibrio tra pubblico e privato, cioè tra enti e operatori del comparto. Dalla missione è emerso che Pavia ha urgente bisogno di dotarsi di uno strumento tecnico in grado di promocommercializzare il nostro prodotto turistico. Da altre parti lo hanno capito da tempo. Noi ci stiamo attrezzando".



India. Quadro sintetico di un paese complesso

Demografia e scolarità

L'India è popolata da oltre 1,1 miliardi di abitanti distribuiti su una superficie di 3,3 milioni di chilometri quadrati. La capitale, New Delhi, è una megalopoli di 13 milioni di abitanti, Mumbai (la vecchia Bombay) ne conta oltre 16 milioni, Kolkata (Calcutta) 13 milioni; Chennai (Madras) 6,5 milioni, Bangalore 6 milioni, ma in genere anche tutti gli altri principali centri urbani sono sovraffollati. Il 46% della popolazione è compresa nella fascia di età 15/44 anni, e quasi 500 milioni di persone hanno meno di 25 anni. Un numero cospicuo di persone parla l'inglese ed ha un elevato livello di scolarizzazione. Vi sono 250 università ed oltre 13.000 istituti di istruzione superiore. Ogni anno si laureano 2,5 milioni di studenti, di cui 300.000 ingegneri e 150.000 informatici.

Il quadro generale

L'India è ad oggi il decimo paese più industrializzato al mondo, una delle maggiori economie, con 737 miliardi di euro di PIL, con una crescita del prodotto interno lordo del 9,2% nel 2006-2007 e una media dell'8% negli ultimi quattro anni.

La costante crescita economica e l'ambiente incoraggiante per gli investimenti sono il risultato di un progressivo processo di riforme e di liberalizzazione del mercato iniziato nel 1991, quando l'India è entrata a far parte della OMC (Organizzazione Mondiale del Commercio). A partire dal 1991 il governo indiano ha aperto il proprio sistema economico all'economia globale. Da allora politiche, procedure e aspetti normativi sono stati semplificati sia a livello centrale sia a livello regionale: i governi statali sono stati incoraggiati a entrare in competizione tra loro per attrarre gli investimenti stranieri. Il governo centrale ha progressivamente elevato le quote massime consentite di capitale straniero in settori-chiave dell'economia, tra cui quello bancario e delle telecomunicazioni.

Dati ufficiali mostrano come le principali fonti di crescita continueranno ad essere incentrate nel settore dei servizi e, in particolare, il principale motore di crescita sarà rappresentato dal comparto informatico e dei servizi a supporto della tecnologia informatica, alimentati dall'aumento della richiesta all'India di funzioni di "back-office" da parte delle nazioni occidentali.

I settori economici: l'agricoltura

L'agricoltura rappresenta uno dei settori trainanti dell'economia indiana, contribuendo per circa un terzo alla formazione del PIL e impiegando i due terzi della

popolazione. L'India è un importante produttore di miglio, di zucchero grezzo e di tè, occupando posizioni di rilievo anche nelle produzioni di grano e di riso: l'India è il secondo produttore mondiale dopo la Cina.

I settori economici: l'industria

Per quanto riguarda il settore industriale "pesante", la maggior parte della produzione delle imprese, che sono principalmente controllate dalla mano pubblica, riguarda l'acciaio, i metalli non ferrosi, le costruzioni navali, l'ingegneria, la chimica e la carta.

Il tessile incide su circa 1/3 dei ricavi derivanti dalle esportazioni. L'industria automobilistica incide per il 5% circa sulla produzione industriale, ed è uno dei settori che sta crescendo più velocemente negli ultimi anni. Il settore delle costruzioni contribuisce per circa il 5% alla formazione del PIL, occupando 3,5 milioni di persone a tempo pieno e altre 6,5 milioni a stagione.

L'India ha una rilevante scarsità di case, stimate a 23 milioni di unità. Il governo ha programmato di costruire altri 2 milioni di unità ogni anno. Il governo infine sta valutando la possibilità di consentire investimenti esteri diretti nel settore delle bevande alcoliche, principalmente per le industrie della birra e le distillerie.

I settori economici: i servizi

I servizi occupano il 20% della popolazione attiva e concorrono per circa il 45-50% alla formazione del PIL. Con più di 5 milioni di punti di vendita al dettaglio, il commercio è sottosviluppato, disorganizzato e dominato da piccole imprese familiari. Le moderne catene di negozi incidono su appena il 2% della vendita al dettaglio. Ad ostacolare lo sviluppo del settore sono le leggi sul lavoro inflessibili, gli alti costi per il rifornimento delle catene e la preferenza per venditori conosciuti. A partire da due anni orsono, il governo ha permesso più del 50% degli investimenti diretti stranieri nella distribuzione di singole marche, ma ha impedito l'apertura del settore delle vendite alla competizione straniera. Il 40% delle imprese di software e servizi è invece rappresentato da multinazionali. Il più importante mercato sono gli USA, che assorbono il 70% circa delle esportazioni di software dell'India, seguiti da Gran Bretagna (14%) ed Europa (9%).

Le infrastrutture

Riguardo alle infrastrutture, la rete dei collegamenti, largamente controllata dallo Stato, presenta settori sviluppati e settori critici. Sufficientemente sviluppate sono le reti ferroviaria, portuale e aerea. La rete stradale si presenta invece inadeguata, soprattutto in funzione della motorizzazione di massa nelle zone sia



ESTERO

SCHEDA PAESE: INDIA

urbane sia rurali. Dei circa 3 milioni di km di strade, solo il 50% è asfaltato e di queste solo il 2% possono essere considerate strade principali che smaltiscono il 40% del traffico complessivo. Il traffico marittimo svolge un ruolo di particolare importanza negli scambi internazionali dell'India, con gli 11 porti principali presenti nel Paese. Anche i servizi aerei interni e internazionali garantiscono una sufficiente affidabilità e capillarità, potendo contare su oltre 95 aeroporti collegati da voli regolari. Tra i settori critici si segnalano l'energia elettrica e la telefonia.

L'interscambio Italia-India

La preponderanza dell'importazione riguarda prodotti tessili e articoli di abbigliamento, calzature, prodotti chimici, autoveicoli e relativi accessori ed anche alcuni tipi di frutta e piante utilizzate per la preparazione di bevande e spezie. Dal lato delle esportazioni, macchine ed apparecchi meccanici, seguite da prodotti chimici di base, sono tra i prodotti più venduti. Buone anche le vendite italiane verso l'India di parti e accessori per autoveicoli e motori, rubinetteria e valvole, contatori per acqua, gas e altri liquidi, apparecchi di misura, controllo e regolazione, e poi ancora materie plastiche in forme primarie, cuoi e pelli, scamosciati, verniciati, laccati, artificiali e ricostruiti. Sono invece in calo prodotti quali pompe e compressori e sistemi idraulici, medicinali e preparati farmaceutici e prodotti chimici vari per uso industriale.

Complessivamente il 2007 ha fatto registrare, secondo l'Istat, un interscambio, sia sul versante delle esportazioni che su quello delle importazioni, di poco superiore ai 3 miliardi di euro, una cifra tutto sommato marginale e molto sbilanciata a livello regionale. La Lombardia, in proposito, fa la parte del leone con esportazioni di valore pari a circa 1 miliardo di euro e importazioni pari a circa 1,2 miliardi di euro.

Nello stesso periodo le imprese pavese hanno esportato principalmente manufatti per 34 milioni di euro a fronte di un'importazione della stessa categoria di beni pari a 17 milioni di euro. In particolare, la maggiore voce di export della nostra provincia è rappresentata da "macchine e apparecchi meccanici" per un valore di circa 19 milioni di euro. La maggiore voce dell'import è invece rappresentata da "prodotti alimentari, bevande e tabacco" per un valore di poco inferiore a 8 milioni di euro. A fronte di un interscambio così modesto in rapporto alle potenzialità di India e Italia, il Governo italiano si è mosso nel corso del 2007 eleggendo l'India quale Paese nel quale investire per lo sviluppo dei rapporti commerciali.



Gli accordi bilaterali

Lo scorso 16 gennaio, l'allora ministro De Castro ha firmato a New Delhi un Protocollo di Intesa con il suo omologo indiano Sharad Pawar, per il grande interesse mostrato dalle imprese italiane nei confronti del mercato indiano e per rafforzare i rapporti bilaterali e la cooperazione in campo agricolo.

L'India è in effetti un mercato dalle enormi potenzialità, nel quale le aziende italiane possono cogliere opportunità interessanti. L'intesa ha l'obiettivo di facilitare l'accesso ai mercati e l'import-export in campo agricolo e prevede che venga rafforzata la cooperazione bilaterale in ambito fitosanitario e la collaborazione tra Italia e India in materia di ricerca scientifica. Verrà formato a tal fine un gruppo di lavoro congiunto per la creazione di un laboratorio congiunto di analisi degli alimenti a Calcutta, nel Bengala occidentale. Sarà questa un'opportunità per stabilire una cooperazione bilaterale duratura nel campo della qualità dei prodotti, per migliorare gli aspetti nutritivi e per sostenere la conoscenza e la comprensione reciproca delle rispettive norme fitosanitarie. Si possono individuare opportunità anche per il settore agroalimentare, poiché attualmente l'India trasforma solo il 2% di quello che produce, con grande spreco dei prodotti deperibili. L'esperienza italiana è utile nei processi di lavorazione, trasformazione e conservazione.

L'interscambio con l'Italia – conclusioni

L'Italia è presente in India con oltre 100 aziende italiane che detengono società controllate, joint ventures o altre forme di business nel Paese. Otto banche italiane sono presenti con uffici di rappresentanza. L'Italia però si colloca solo all'undicesimo posto per gli Investimenti Diretti Esteri con l'1,42% del totale. Il commercio con l'Italia rappresenta solo il 3% degli interscambi commerciali indiani.

I fattori di criticità

Inefficienza burocratica e lentezza del processo di liberalizzazione; infrastrutture nel complesso ancora insufficienti; legislazione del lavoro restrittiva; forti disuguaglianze sociali; sviluppo geografico non uniforme; complessità dei processi legali; sistema fiscale complesso e burocratico; povertà ancora alta.

I fattori di stimolo

Crescita media del PIL dal 1995: + 6,5%, con previsione nei prossimi 10 anni del +5,9%; un'economia basata sul consumo interno in rapida crescita; forbice amplissima tra domanda di beni e servizi (alta) e offerta (bassa).

