

ECONOMIA

CONGIUNTURA: 2° TRIMESTRE 2004

Cresce (di poco) l'economia pavese

Timidi segnali dall'economia pavese ma ora il segno è positivo. Rispetto ai primi mesi dell'anno l'occupazione arranca ma produzione e fatturato risalgono la china.

Una crescita lieve ma diffusa. E' quanto emerge dai risultati dell'indagine congiunturale trimestrale condotta dalla Camera di Commercio di Pavia e dall'Unione Industriali sul comparto industriale provinciale. I dati congiunturali del secondo trimestre

2004 confermano i segnali di ripresa che attendevamo dal settore manifatturiero; la produzione industriale pavese ha registrato un incremento dell'5,7% sul trimestre precedente, variazione significativamente superiore alla media lombarda, che è stata del 2,3%. Su base annua però la produzione pavese cresce poco tra aprile e giugno, solo dello 0,6%, e rispetto ad una media regionale dell'1,86%; la stessa variazione nel primo trimestre segnava per la nostra provincia un -3,9%, l'ultimo dato di 5 trimestri chiusi con segno meno.

Deboli segnali di fiducia, quindi, che ridestano però un certo ottimismo anche in considerazione del fatto che si riduce nel 2° trimestre la forbice produttiva tra la performance provinciali e quella regionale. In Lombardia l'andamento del ciclo produttivo e il calcolo dell'indice di diffusione dimostrano che la crescita è sempre più una tendenza pervasiva che sta ponendo solide basi e che interessa quasi la totalità delle imprese.

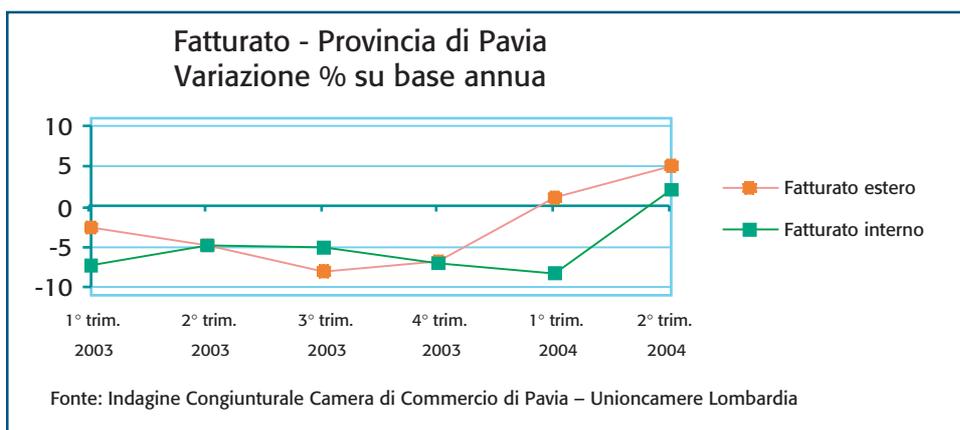
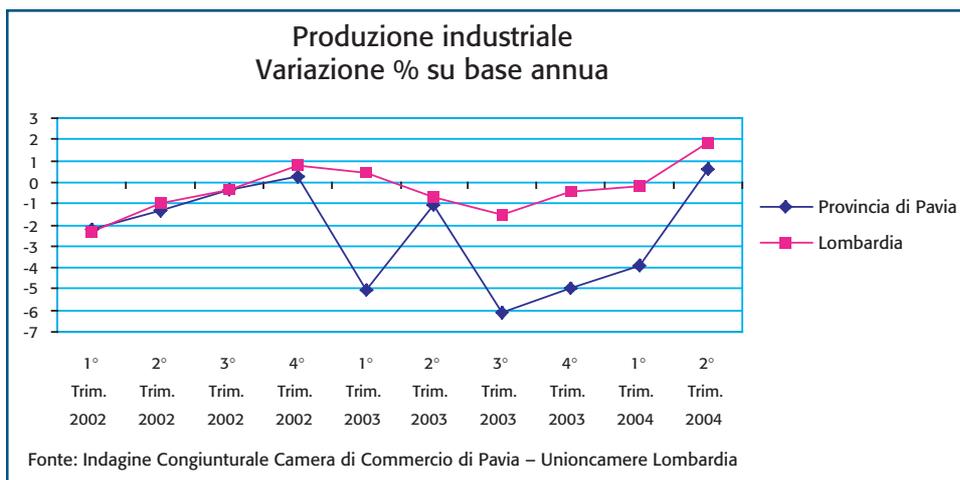
Questo prudente ottimismo si inserisce in un quadro economico internazionale che restituisce speranza al vecchio continente: sembra infatti dalle ultime stime di Goldman and Sachs sull'evoluzione del PIL, che l'Europa stia per dare il cambio di testimone alle aree finora protagoniste di una

rapida ripresa (USA e Cina, in primo luogo). Una tendenza in atto che si consoliderà nel futuro e condiziona l'andamento dei Paesi membri, anche in considerazione del ruolo propulsore sulla domanda aggregata che svolgeranno gli Stati appena

entrati nella UE. In aggiunta, le buone aspettative sul PIL tedesco - previsto dal Governo in crescita per il 2004 dell'1,8% - dà vigore alle previsioni economiche di regioni come la Lombardia, i cui rapporti commerciali sono estremamente legati alla Germania.

Tornando alla produzione industriale della nostra provincia, migliorano i risultati su base annua del comparto pelli e calzature che passa da un -9,8% del primo trimestre ad una crescita zero rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente; anche la

meccanica segnala una crescita lieve (0,7%) ma rassicurante rispetto al calo produttivo marcato nel primo trimestre (-6,4%); stesso trend per la produzione tessile che cresce nel secondo trimestre dell'anno dell'1,6% contro un decremento, sempre su base annua, del 7,6% nei primi mesi del 2004. Infine migliorano i risultati del settore carta-editoria dal -15,5% del primo al +6,7% del secondo trimestre. Prestazioni inferiori al primo trimestre dell'anno, invece, per l'abbigliamento che perde più di



sette punti percentuali in tre mesi passando dal +10% del primo trimestre al +2,5% del secondo; sorte anche peggiore per il comparto legno e mobili la cui produzione già in calo nel primo trimestre (-3,5%) scende ulteriormente a -11,6% nel secondo; produzione in calo anche per la chimica pavese che tende ora allo zero (-0,8%) provenendo però da un +10,7% del periodo gennaio-marzo.

Buone performance per il fatturato delle aziende pavesi, la cui variazione trimestrale sfiora i 6 punti percentuali e supera i 4

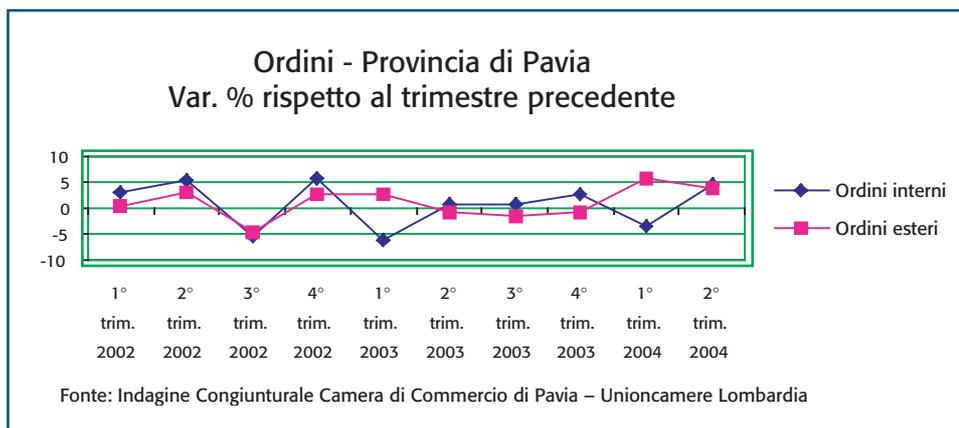
su base annua. La componente estera prosegue la ripresa iniziata nel primo trimestre dell'anno giungendo a guadagnare nel secondo trimestre più del 5% rispetto all'anno precedente. Ottime risultanze anche per le vendite interne che fanno registrare il primo saldo positivo (+2,1%) dopo ben 5 trimestri conclusi con risultati estremamente negativi (-8% nel primo trimestre 2004). Dal punto di vista della dimensione di impresa, le piccole aziende mostrano maggior vigore nel recupero produttivo di breve periodo mettendo a segno nel 2° trimestre un +4,6% congiunturale che ben compensa la debolezza sofferta nel 1° trimestre dell'anno (-3,4%); anche i risultati tendenziali, seppur vicini alla stasi produttiva (-0,4%), confortano rispetto ai risultati del primo trimestre (-4,4%). Migliora anche il recupero produttivo delle medie aziende (50-199 dipendenti) che guadagnano 5,6 punti percentuali su base congiunturale e 6

punti su base annua. Le aziende più grandi infine (con almeno 200 dipendenti) segnalano un incremento produttivo del 10% rispetto al primo trimestre dell'anno e un decremento del 5,6% rispetto al secondo trimestre 2003. Gli ordini provinciali in relazione al mercato interno salgono anch'essi del 4,5% rispetto al trimestre precedente mentre quelli provenienti dai clienti esteri aumentano del 3,8%, rallentando leggermente rispetto al periodo precedente. L'occupazione purtroppo non ricalca i buoni risultati delle

altre variabili economiche e si ferma nel trimestre ad uno scarso -0,9%; questo è da considerare un fenomeno classico e fisiologico nel ciclo economico, che vede la ripresa dell'occupazione in ritardo di qualche periodo rispetto alla ripresa produttiva. D'altro canto anche le ore di Cassa Integrazione Guadagni aumentano: nel periodo aprile-giugno le ore utilizzate per la gestione ordinaria ammontano a 691.363, il 3% in più rispetto alle 672.997 ore del primo trimestre; anche se giova ricordare che l'anno scorso nello stesso periodo la CIG ordinaria contava 828.691 ore, cioè il 20% in più. Infine, gli imprenditori pavesi si esprimono fiduciosamente in relazione ai temi della produzione e della domanda estera (sbilancio aspettative positive-negative rispettivamente al 10% e 19%) mentre stentano ancora a credere in una ripresa del mercato del lavoro (sbilancio aspettative -5%).

no salgono anch'essi del 4,5% rispetto al trimestre precedente mentre quelli provenienti dai clienti esteri aumentano del 3,8%, rallentando leggermente rispetto al periodo precedente. L'occupazione purtroppo non ricalca i buoni risultati delle

altre variabili economiche e si ferma nel trimestre ad uno scarso -0,9%; questo è da considerare un fenomeno classico e fisiologico nel ciclo economico, che vede la ripresa dell'occupazione in ritardo di qualche periodo rispetto alla ripresa produttiva. D'altro canto anche le ore di Cassa Integrazione Guadagni aumentano: nel periodo aprile-giugno le ore utilizzate per la gestione ordinaria ammontano a 691.363, il 3% in più rispetto alle 672.997 ore del primo trimestre; anche se giova ricordare che l'anno scorso nello stesso periodo la CIG ordinaria contava 828.691 ore, cioè il 20% in più. Infine, gli imprenditori pavesi si esprimono fiduciosamente in relazione ai temi della produzione e della domanda estera (sbilancio aspettative positive-negative rispettivamente al 10% e 19%) mentre stentano ancora a credere in una ripresa del mercato del lavoro (sbilancio aspettative -5%).



Il punto di vista del Presidente della Camera di Commercio, Piero Mossi

“I segnali positivi che vengono dall'industria pavese, malgrado il perdurare della debolezza di un settore chiave come quello delle calzature, sono legati principalmente all'elevato grado di internazionalizzazione dell'economia provinciale, che si è rivelata la più rivolta all'estero di tutta la Lombardia con un 43% di export sul fatturato contro una media regionale del 36,5%. Destano tuttavia un certo grado di attenzione elementi congiunturali ancora non positivi come il basso tasso di utilizzo degli impianti unito

a un bassissimo livello di scorte di prodotti finiti: sembra che le aziende, soprattutto quelle artigiane, stentino ancora a credere nella ripresa ed anche a fronte di ordinativi in recupero non vogliano premere l'acceleratore sulla produzione. Da parte della Camera di Commercio l'attenzione va soprattutto a fornire alle imprese gli strumenti per consolidare ed espandere una vocazione all'esportazione che può e deve essere un punto di forza del tessuto economico provinciale. Penso alla prossima apertura dello sportello Lombardia Point, uno strumento per l'internazionalizzazione finalmente flessibile e accessibile a tutti, come punto qualificante di questa politica”.

Censimento 2003: Pavia invecchia

Negli scorsi mesi estivi la banca dati del Censimento della Popolazione si è arricchita di molte nuove elaborazioni, tutte consultabili via internet sul sito dell'ISTAT, e tutte importanti per delineare le caratteristiche socio demografiche delle varie zone d'Italia.

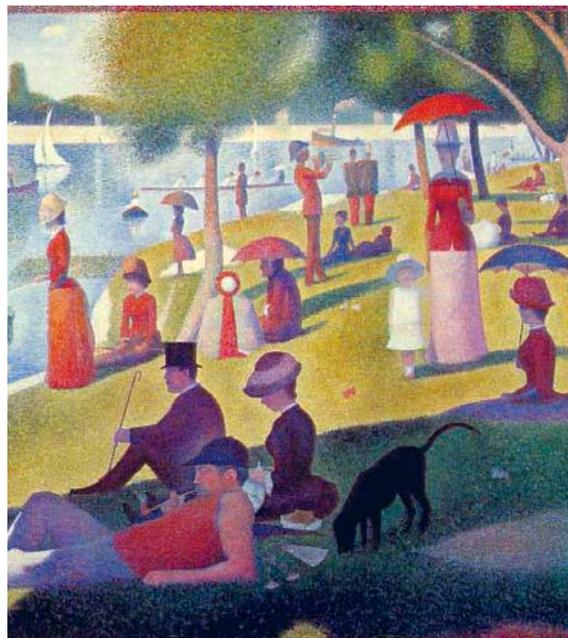
Nella nostra provincia le prime osservazioni suggerite dai dati riguardano il progressivo invecchiamento della popolazione residente, che si conferma, sebbene in misura meno accentuata nell'ultimo decennio rispetto al precedente, ed il pesante calo numerico della popolazione totale, che passa dai 526.389 abitanti del 1971 ai 493.753 del 2001.

Fra l'altro anche gli andamenti annuali della popolazione pavese non evidenziano inversioni di tendenza. Infatti a fine 2003 il dato totale è "risalito", rispetto al Censimento, a ben 504.761, ma come somma algebrica di saldi naturali costantemente negativi (-2.708 nel 2003) e saldi migratori positivi.

(Il saldo migratorio del 2003 poi risente di un evento eccezionale, e cioè la regolarizzazione di molti immigrati, che ha determinato iscrizioni "dall'estero" di ben 5.560 unità).

Al 21 ottobre 2001 le donne censite a Pavia erano in maggioranza rispetto agli uomini (52% del totale). Pochi i giovanissimi (minorenni), che non raggiungevano il 14% del totale, mentre quasi il 23% contavano 65 anni e più. Questa parte più anziana della popolazione evidenziava anche una netta prevalenza femminile (61%).

Dalla lettura dei dati emergono anche alcune caratteristiche tipiche delle famiglie di oggi (per la verità poco indagate dai censimenti precedenti), riassunte nella Tab. 1.



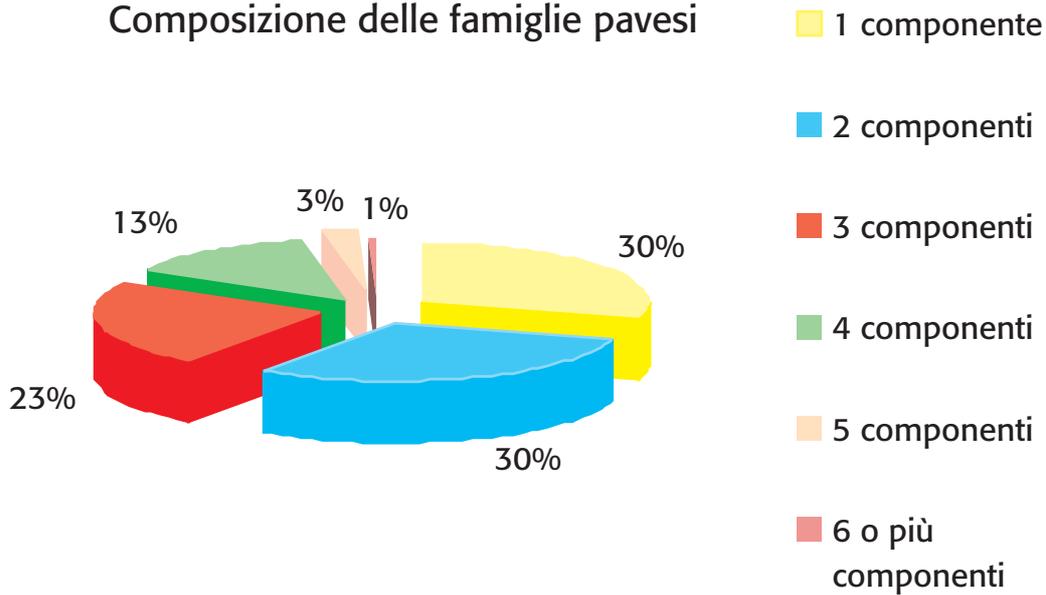
TAB. 1 - ALCUNE CARATTERISTICHE DELLA POPOLAZIONE PAVESE

residenti	493.753
% persone che vivono sole	12,5
% persone coniugate	50,1
% persone separate o divorziate	3,9
% vedovi/vedove	10,6
coppie con figli	74.727
di cui in nuclei ricostituiti dopo una precedente unione (%)	6,3

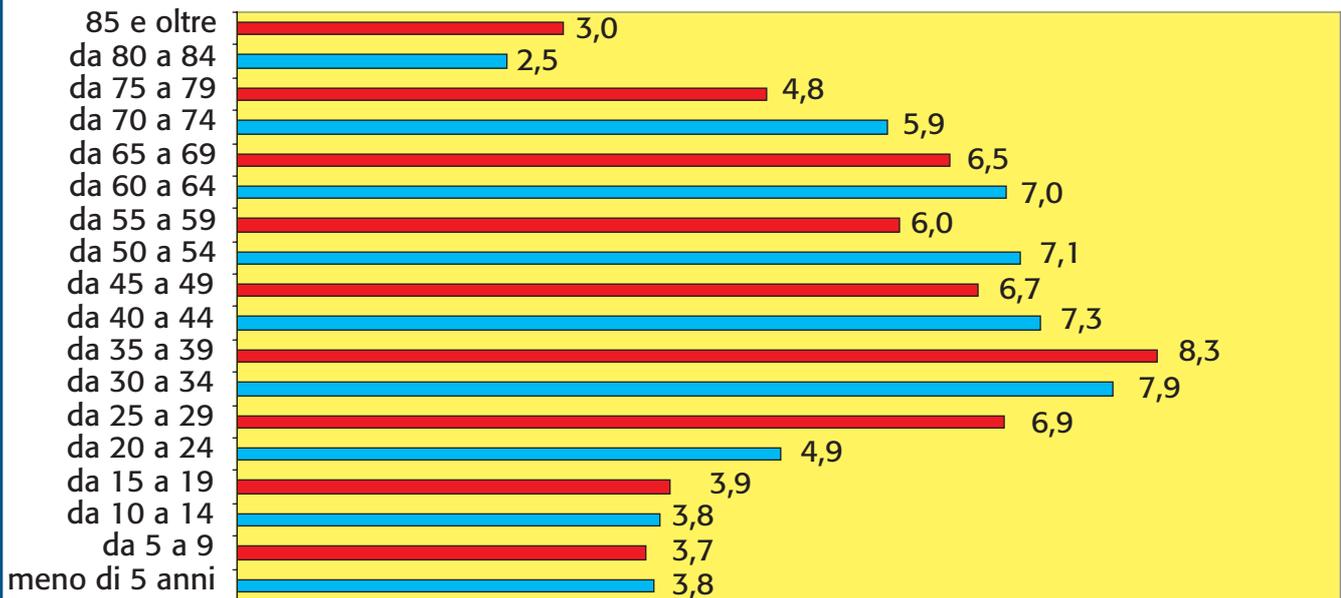
TAB. 2 - LA POPOLAZIONE PAVESE TRENT'ANNI DOPO

	cens. 1971	cens. 1981	cens. 1991	cens. 2001
indice di vecchiaia (rapporto fra i 65enni e oltre ed i bambini fino a 14 anni)	88,72	116,72	170,80	199,47
indice di dipendenza (rapporto fra bambini+popolazione anziana e adulti (da 15 a 64 anni))	52,28	52,95	45,67	51,21

Composizione delle famiglie pavese



Popolazione pavese per classi quinquennali di età (%)



Inaugurazione a Pavia del "Lombardia Point" per l'internazionalizzazione

Regione Lombardia, Ministero delle Attività Produttive, Sistema camerale, ICE, SACE e SIMEST mettono insieme le proprie competenze al servizio delle aziende lombarde che vogliono operare sui mercati esteri.

Collocati presso le 11 Camere di Commercio della Lombardia, i **Lombardia Point** per l'internazionalizzazione delle imprese hanno come obiettivo la promozione dell'internazionalizzazione e lo sviluppo degli scambi commerciali con l'estero, favorendo l'utilizzo e l'integrazione degli strumenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali in materia, con particolare riferimento al sostegno del sistema produttivo regionale.

La Rete Lombardia POINT (Punti Operativi per l'Internazionalizzazione) nasce il 5 dicembre 2003 con la sottoscrizione di un'intesa istituzionale fra Ministero delle Attività Produttive, Regione e Unioncamere Lombardia. All'intesa ha fatto seguito un protocollo operativo con le 11 Camere di Commercio Lombarde e ICE, SACE, SIMEST. Lombardia Point è un importante progetto che permetterà alle imprese lombarde di avere supporto attivo e concreto su ogni aspetto dell'internazionalizzazione grazie alla cooperazione tra istituzioni, Regione e Governo, Enti e Camere di Commercio. Particolare attenzione sarà data alla raccolta e diffusione per via telematica delle informazioni valorizzando l'impegno della Rete camerale e delle agenzie governative nel promuovere servizi che garantiscano, nel territorio, un aiuto concreto alle imprese per superare le sfide operative imposte dalla globalizzazione dei mercati.

La **Rete Lombardia Point** è un modo di fare sistema e di rendere accessibili a tutte le imprese, presso la propria Camera di Commercio, le competenze e i servizi dei principali attori pubblici in materia di internazionalizzazione. In concreto, l'attività è orientata su tre direttrici:

1. promozione dell'internazionalizzazione delle imprese e dei prodotti lombardi;
2. facilitazione della diffusione e dell'accesso a livello territoriale ai servizi di carattere finanziario, assicurativo, informativo e promozionale inerenti le opportunità e gli strumenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali in materia di internazionalizzazione delle imprese;
3. informazione sugli adempimenti necessari per le procedure previste per i singoli interventi agevolativi.

Nel suo funzionamento la Rete dei punti operativi regionali, attivata presso il Sistema Camerale Lombardo, è garantita dal "Comitato di coordinamento", presieduto da un rappresentante della Regione Lombardia e al quale partecipano tutti i soggetti che la costituiscono (Ministero delle Attività Produttive, Sistema Camerale Lombardo, ICE,

SACE e SIMEST). Il Comitato di Coordinamento è affiancato da una Segreteria tecnica.

I servizi erogati dai Lombardia Point regionali

I servizi e le informazioni sono fruibili presso gli sportelli locali delle Camere di Commercio lombarde e vengono erogati in collaborazione con tutti gli enti firmatari dell'accordo:

1. per informare

Guide Paese; banca dati operatori internazionali; banca dati marchi e brevetti; informazioni sulle tecniche e le procedure del commercio con l'estero; seminari e incontri di approfondimento

2. per assistere

Assistenza specialistica (ricerca partner, analisi di mercato, stesura di business plan ecc.) e consulenziale (pareri e risposte in materia di: contrattualistica, fiscalità, pagamenti, trasporti, dogane, e-commerce, ecc.)

3. per promuovere

Missioni e incontri d'affari all'estero e in Italia; partecipazione alle fiere internazionali; country presentation

4. per finanziare

Informazioni su finanziamenti agevolati regionali, nazionali ed europei; bandi di gara internazionali

5. per assicurare

Prodotti assicurativi per le operazioni commerciali e gli investimenti

6. per certificare

Documenti per l'export (certificato di libera vendita, certificato d'origine, carnet ATA, TIR visto per depositi agli atti, ecc.)



I soggetti promotori

1. Ministero della Attività Produttive – www.mincomes.it
2. Regione Lombardia – www.regione.lombardia.it
3. Unioncamere Lombardia e le 11 Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura della Regione Lombardia – www.lom.camcom.it
4. ICE – Istituto nazionale per il Commercio Estero – www.ice.gov.it
5. SIMEST – Società Italiana per le Imprese all'Estero – www.simest.it
6. SACE S.p.A- Servizi Assicurativi del Commercio Estero – www.sace.it

A Pavia lo Sportello Lombardia Point è situato presso gli uffici della Camera di Commercio in Corso Strada Nuova 47/D - Cupola Arnaboldi aperto al pubblico dal lunedì al venerdì 8,30-12,30; dal lunedì al giovedì 14,30-15,30. Tel. 0382 393215/411/258, fax 0382 393268.

email: lombardiapoint.pavia@pv.camcom.it

sito web: www.lombardiapoint.it

ESTERO

SCHEDA PAESE: U.S.A.

Scheda Paese: gli Stati Uniti

Gli USA sono una Repubblica Federale la cui costituzione risale al 1787. Si estendono su una superficie di 9.159.115 kmq con una popolazione di circa 288 milioni di abitanti. La forza lavoro era costituita da circa 141 milioni di persone nel 2001; si prevede che nel 2010 i posti di lavoro saranno 168 milioni e si stima che, a parità di condizioni, a quel tempo gli USA avrebbero solamente 158 milioni di lavoratori disponibili: da ciò è evidente come anche per questo grande paese l'immigrazione rappresenti da sempre una risorsa preziosa.

La sua economia è una delle più avanzate e le industrie principali sono quelle automobilistica, aerospaziale, delle telecomunicazioni, chimica, elettronica ed informatica. Il volume di esportazioni ed importazioni supera quello di ogni altro paese, ma il valore delle esportazioni di beni e servizi rappresentava solo il 9,7% del PIL nel 2002, mentre quello delle importazioni era pari al 13,8% del PIL.

Il settore servizi costituisce oltre il 55% del PIL, con particolare enfasi nei settori della distribuzione, immobiliare, trasporti, servizi finanziari, sanitari e di consulenza alle imprese.

Negli ultimi trent'anni si è notato uno spostamento dell'industria dal Nord agli stati costieri del Pacifico e del Sud ed è cambiata la tipologia di produzione, che ora privilegia alta tecnologia e industria leggera. La California è lo stato più abiente dell'unione e nel 2001 il volume di ricchezza prodotta era pari a circa 1.400 miliardi di dollari, un valore quasi equivalente a quello generato dall'intera economia francese.

Il commercio al dettaglio è un settore prospero e le vendite e-commerce sono aumentate molto dal 2000 in poi sino a raggiungere valori vicini ai 100 miliardi di dollari di beni e servizi scambiati. Il settore agricolo contribuisce al PIL solamente per circa il 2%, ma la quantità dei prodotti coltivati è rilevante, come ad esempio il 40% del fabbisogno mondiale di mais e il 50% del fabbisogno mondiale di semi di soia. Gli Stati Uniti sono notoriamente la locomotiva del "sistema mondo" e dall'andamento della loro economia reale dipendono delicati equilibri economici e politici con riflessi globali. In questo momento le maggiori incertezze sono legate agli sviluppi della situazione irachena e al prezzo del petrolio che, al di sopra della soglia dei 40 dollari al barile, è in grado di frenare la crescita delle economie dei paesi occidentali di qualche decimo di punto di PIL. I fattori di incertezza sono anche legati agli esiti delle presidenziali del prossimo novembre e si dovrà valutare se la coalizione vincente sarà in grado di mante-



nere la politica espansiva dell'amministrazione Bush che ha portato, fra l'altro, a un decremento del tasso di disoccupazione dal 6,2% del luglio 2003 all'attuale 5,5%. La bilancia commerciale USA è in disavanzo dal 1975 e al termine del 2003 ha raggiunto il valore di ben 549 miliardi di dollari pari al 5% del PIL; questa è una delle maggiori cause di debolezza della valuta statunitense sui mercati valutari di tutto il mondo.

Il mercato maggiore per gli scambi internazionali è il Canada, seguito dal Messico; nell'Unione Europea, attualmente, i principali partner sono Regno Unito e Germania, con quote di mercato attorno al 5%.

Italia e USA hanno rapporti commerciali continui, anche se ultimamente in leggero calo (-1,48% delle importazioni dall'Italia nel 2002 rispetto al 2001) per cui l'interscambio totale tra i due paesi è diminuito dai 40,1 miliardi di euro nel 2000 ai 32,2 miliardi di euro nel 2003. Gli USA impor-

tano principalmente beni di consumo e prodotti di lusso e l'export italiano occupa circa il 2% della quota di mercato statunitense. Diversi sono i settori in cui è presente l'Italia: al primo posto nel 2002 erano gli aerei e i veicoli spaziali, seguiti dai macchinari, dagli apparecchi meccanici ed elettrici, dai prodotti chimici, dai medicinali. Seguivano subito dopo i gioielli e l'oreficeria, gli articoli di abbigliamento, le calzature, i mobili, le piastrelle e i rivestimenti, gli strumenti ottici e i prodotti alimentari di qualità, tra i quali l'importanza

del vino è cresciuta notevolmente, guadagnando posizioni rispetto a concorrenti tradizionali, come la Francia. Nel 2001 il 34,9% della quantità dei vini importati veniva dall'Italia e solamente il 19,8% dalla Francia.

L'Italia del Nord fornisce più del 70% dell'export totale verso gli USA. Piemonte, Lombardia, Valle d'Aosta e Liguria esportano principalmente macchinari, prodotti chimici, abbigliamento e accessori; Veneto, Friuli, Trentino ed Emilia, aeromobili, gioielleria, piastrelle e rivestimenti, mobili, abbigliamento e strumenti ottici; Toscana, Marche, Umbria e Lazio, calzature, gioielli, abbigliamento; Abruzzo, Molise, Campania, Puglia e Basilicata, mobili, aeromobili e veicoli spaziali, abbigliamento, calzature e macchinari; Sicilia e Sardegna prodotti petroliferi raffinati, prodotti chimici, alimentari, pietre, ceramiche e macchinari.

Gli Stati Uniti d'America con i loro 21 milioni di imprese si confermano, al di là dell'attuale congiuntura, una grande opportunità e un mercato molto importante per seri scambi commerciali. Vorranno le aziende pavesi che ancora non l'hanno fatto aprire le loro porte all'export negli USA?

Fonte: Economist Intelligence Unit, Country Report settembre 2003 - marzo 2004

4° edizione per Zac, il Salone dell'Orientamento

ZAC, il Salone dell'Orientamento, dedicato a Giovani, Formazione, Lavoro e Tempo libero, giunto quest'anno alla sua quarta edizione, si è tenuto dal 14 al 16 ottobre, al Palazzo Esposizioni di Piazzale Europa a Pavia.

La stella del logo di Zac serve da guida come le stelle servivano per i naviganti. È questo, in sostanza, il senso del Salone dell'Orientamento, organizzato da Paviamostre, azienda speciale della Camera di Commercio di Pavia: offrire un riferimento per orientarsi a tutti quei giovani che devono compiere una scelta, nella scuola come nel lavoro, e che vogliono compierla con cognizione di causa, sapendo che cosa il nostro territorio ha da offrire loro nel futuro più prossimo. L'attenzione alle esigenze e alle possibilità del territorio è uno dei punti cardine dell'edizione 2004 del Salone, nella convinzione che al di là dei grandi scenari socio-economici, ciò che conta nella scelta di ogni persona è, oltre all'attitudine personale, la reale possibilità di mettere a frutto i propri talenti, incontrando un'offerta di lavoro o di studio realisticamente percorribile.

ZAC 4 è stato pensato, sulla scorta dell'esperienza accumulata negli scorsi anni, come un contenitore snello e diversificato, più specificatamente indirizzato al target dei giovani, privilegiando un tipo di comunicazione rapido e asciutto, fatto di tanti seminari brevi e di poca teoria; il tutto volto a fornire un quadro chiaro e veritiero della realtà del lavoro nella provincia di Pavia.

Seminari e stand interattivi in cui si potranno sostenere colloqui di lavoro e consultare con una guida i siti Internet per la ricerca di lavoro, tanti stand con la possibilità di interagire direttamente con i responsabili di scuole, agenzie di lavoro temporaneo, enti ed istituti di ogni livello nel campo della formazione e dell'impiego.

Il tema portante di quest'anno è stato quello delle **novità che hanno interessato il mondo della scuola**, introducendo nuovi modelli e figure professionali a seguito della riforma in atto. Su questo tema si è svolto un incontro pubblico rivolto ai genitori, agli insegnanti e a tutti gli addetti ai lavori o semplicemente a chi vuole comprendere meglio le novità in campo. Quest'anno gli orari sono stati ridotti in funzione di una maggiore concentrazione degli eventi in programma: dalle 9,00 alle 14,00 il giovedì e il venerdì, apertura fino alle 18,00 per il sabato, in cui hanno avuto luogo anche svariate attività dedicate al tempo libero.



Nuovo Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile

La Camera di Commercio di Pavia ha rinnovato il Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile in provincia, recentemente scaduto. Il nuovo Comitato è stato nominato dalla Giunta camerale il 26 luglio 2004, su designazione delle Associazioni delle categorie economiche e delle Organizzazioni sindacali, durerà in carica 3 anni ed è composto da 6 imprenditrici (di cui una in rappresentanza del Consiglio della Camera di Commercio):

ANGIOLETTA LA MONICA, organizzazioni sindacali;
DANIELA FERRARA, industria;
FEDERICA GARDA, agricoltura;
MARIA LUISA BERTOLOTTI, commercio;
MARIA VITTORIA BRUSTIA, Consiglio camerale;
MONIA FABRIS, artigianato.

Il Comitato ha lo scopo di sostenere l'imprenditorialità femminile locale, declinando sul territorio gli obiettivi contenuti nel Protocollo d'Intesa già siglato nel 1999 tra il Ministero delle Attività Produttive e l'Unione Italiana delle Camere di Commercio, e rinnovato il 28 febbraio 2003. Gli obiettivi del Comitato possono essere sintetizzati così:

- proporre suggerimenti nell'ambito della programmazione delle attività camerali, che riguardino lo sviluppo e la qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell'imprenditoria;
- partecipare alle attività delle Camere proponendo tematiche di genere in relazione allo sviluppo dell'imprenditoria locale;
- promuovere indagini conoscitive sulla realtà imprenditoriale locale, anche con studi di settore, per individuare le opportunità di accesso e di promozione delle donne nel mondo del lavoro e dell'imprenditoria in particolare;
- promuovere iniziative per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile, anche tramite specifiche attività di informazione, formazione imprenditoriale e professionale e servizi di assistenza manageriale mirata;
- attivare iniziative volte a facilitare l'accesso al credito anche promuovendo la stipula delle convenzioni previste nell'ambito del Progetto per l'accesso delle imprenditrici alle fonti di finanziamento;
- curare la divulgazione nel territorio delle iniziative e delle attività di ricerca e studio sullo sviluppo locale promosse dalle Camere di Commercio;
- proporre iniziative per attivare un sistema di collaborazioni sinergiche con gli enti pubblici e privati che sul territorio svolgono attività di promozione e sostegno all'imprenditoria femminile in generale.

Per ulteriori informazioni: Segreteria del Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile, tel. 0382 393275, fax 0382 393238, email: studi@pv.camcom.it

EVENTI

AUTUNNO PAVESE 2004

Enogastronomia in testa all'Autunno Pavese

L'Autunno Pavese numero 52 si è concluso e, come sempre, si parla di bilanci. Sul numero di visitatori si può tirare un sospiro di sollievo rispetto ai timori, di organizzatori ed espositori, dovuti alla concomitanza di altre manifestazioni. Nonostante il periodo di crisi, i risultati sono infatti abbastanza confortanti: circa 20.000 visitatori in cinque giorni, con una leggera flessione rispetto allo scorso anno. Affluenza minore del solito la prima sera e domenica sera, anche a causa della compresenza della Festa del Ticino, organizzata in contemporanea all'Autunno Pavese, ma tenuta sostanziale negli altri giorni, in particolare nell'exploit di lunedì, ultimo giorno. Percentualmente la presenza di giovani è in aumento rispetto agli scorsi anni, mentre nella giornata di domenica, come da tradizione i visitatori sono soprattutto famiglie o coppie. Buone notizie anche sul fronte delle degustazioni a pagamento, segno che la nuova fascia di pubblico intercettata è disposta a spendere di più per conoscere i prodotti enogastronomici della provincia. Un ottimo risultato, secondo le aspettative dei responsabili di Paviamostre, che da anni sostengono "la funzione formativa e informativa dell'Autunno Pavese, non sempre compresa da pubblico ed espositori, ma che con il tempo sembra riuscire ad affermarsi, pur rimanendo una piccola fascia di approfittatori che si manifesta a molti livelli". Dal punto di vista di un'analisi qualitativa, oltre alle solite punte di eccellenza tra i produttori, si è potuta rilevare una confortante continuità del livello dell'offerta, anche nella sezione dedicata alle Botteghe Artigiane. Una varietà di prodotti, da quelli di più alto livello fino a quelli più comuni, che rispecchia bene il panorama della produzione tipica locale, oggetto principale della promozione di cui da sempre si fa carico la Camera di Commercio, sia in

termini economici sia in termini di visibilità presso il grande pubblico e i mass media. Non sono mancati stand "interattivi", come quello della tipografia Ponzio Olona di Copiano che ha stampato "in diretta" nei giorni della kermesse centinaia di cartoline dedicate all'Autunno Pavese e regalate ai visitatori; o come lo stand di Slow Food che, insieme con AIS e ONAV, ha condotto alcuni momenti di approfondimento sui prodotti tipici e relativi abbinamenti. Ma l'Autunno Pavese è anche fatto dai pranzi e dalle cene nel ristorante di Palazzo Esposizioni. Oltre al gradito ritorno, organizzato dalla Boverio Consulting, dei cuochi lituani, con i quali si è ormai stabilito un reciproco rapporto di collaborazione e scambio, la domenica a pranzo si è esibito l'Istituto "Ciro Pollini" di Mortara.

Nei cinque giorni della manifestazione sono state presenti molte autorità e diversi giornalisti, segno che l'Autunno Pavese continua ad essere una vetrina di grande rilievo. All'inaugurazione erano presenti tra gli altri il Vescovo di Pavia Giovanni Giudici, gli onorevoli Giacomo de Ghislanzoni Cardoli e Stefano Losurdo e l'Assessore regionale Giancarlo Abelli.

Il torneo enogastronomico "Quattro cuochi per quattro piatti" ha poi decretato i suoi vincitori, grazie anche al contributo della giuria di qualità, formata da Annalisa Alberici, Lino Veneroni, Gianni Magnini, Marco Galandra, Edgardo Rovati, Giuseppe Trentani, Giuseppe Galleazzi: il Ristorante Bellaria di Vigevano; il Ristorante Mal Tra Insema di Carbonara al Ticino; l'Osteria dei Girasoli di Montù Beccaria e l'Antico Mulino San Giacomo di Pavia. I vini abbinati erano: Riesling Italice dell'Azienda Vitivinicola Bagnoli - San Damiano al Colle; Pinot nero vin. bianco dell'Azienda Agricola Sabaghina - Montalto Pavese; Buttafuoco "storico" - Tenuta La Costa - Castana; Moscato - Azienda Agricola Bagnasco Paolo - S.Maria della Versa.



Due parole su Meteora, un ponte tra acquisto e vendita

Meteora è la società, del sistema camerale, che gestisce la Borsa Merci Telematica Italiana, attraverso una piattaforma informatica per la contrattazione regolamentata dei prodotti agroalimentari ed ittici, standardizzati, tipici e di qualità, italiani ed esteri.

Il sistema è ideato per consentire l'incontro delle proposte di acquisto e di vendita tramite un meccanismo ad asta continua che rispecchi la dinamica del mercato.

Le differenze fra le tradizionali Sale di Contrattazione Merci (che in provincia sono tre: Pavia, Voghera e Mortara) ed il Mercato Telematico sono sostanziali. La Sala è infatti un luogo fisicamente ben definito, dove si svolgono le contrattazioni e si determina, per ogni merce, un prezzo "medio di equilibrio" attraverso la consultazione di una serie di operatori del mercato, opportunamente riuniti in apposite Commissioni. Il Mercato Telematico invece si caratterizza per la possibilità di realizzare un collegamento tra operatori, indipendentemente dalla loro localizzazione sul territorio, e per l'interessante novità di riuscire a determinare il fixing reale dei prezzi sulla base della media dei prezzi praticati, ponderata con le quantità scambiate nelle contrattazioni effettivamente avvenute durante la giornata.

I mercati telematici operativi sono:

carni cunicole, concimi minerali, frumento duro, frumento tenero, granoturco secco, latte spot (in cisterna), nocciola, orzo e cereali minori, parmigiano reggiano, risone, semi di soia, sottoprodotti della macinazione, suini vivi da macello, tagli di carne suina fresca sfusa, vino.

I mercati di prossima attivazione sono:

agrumi, carni avicole, carote, fragola, grana padano, olio d'oliva, patate, pomodorino, riso, uova.

Sito web: www.meteoraspa.com

Sede di Roma: tel. 06 4823984 / 48930530 / 48976448

Sede di Milano: tel. 02 57506718

numero verde: 800-996-006

Gli operatori pavesi possono rivolgersi all'ufficio Statistica-Prezzi della CCIAA:

tel 0382 393228 fax 0382 530651

email: statistica@pv.camcom.it

Un libro utile sugli usi provinciali

E' in stampa la nuova **Raccolta provinciale degli Usi accertati**, in materia di attività economiche e commerciali, come esistenti alla fine del 2000.

Gli usi sono regole non scritte derivanti da comportamenti generali, uniformi e costanti, osservati per un congruo periodo di tempo, con il convincimento di ubbidire a norme giuridicamente vincolanti. Non possono però formarsi, né sussistere, in contrasto con il disposto della legge; non possono cioè, in alcun caso, essere "contra legem". Nel nostro ordinamento giuridico gli usi sono

fonti terziarie, dopo la legge ed i regolamenti. Hanno efficacia se espressamente richiamati dalle norme oppure

• ed è l'applicazione più interessante - per le materie non regolate da legge o regolamento. Una volta ufficializzati dalle Camere di Commercio con la pubblicazione, si presumono esistenti senza necessità di dimostrazione del caso concreto, ossia "fino a prova contraria". Hanno però efficacia solo in assenza di eventuale contratto sottoscritto dalle parti, i cui contenuti possono sempre derogare rispetto agli usi.

La consultazione degli usi più frequentemente richiesta agli uffici camerali riguarda sicuramente le tariffe di mediazione immobiliare che, per la nuova Raccolta, sono state accertate come segue:

- Compravendita immobili civili: 3% da ciascuna delle parti.
- Compravendita di fondi rustici: da ciascuna delle parti: 2% fino a 100.000 euro, 1% da 100.001 fino a

500.000, 0,50% oltre i 500.000 euro.

- Cessione di esercizi: 3% da ciascuna delle parti.
- Locazione di locali in genere, per uso abitativo o non abitativo: 1 mensilità in caso di contratto annuale, 10% del canone del primo anno in caso di contratto pluriennale.

Per richiederla **Raccolta Provinciale degli Usi:** ufficio Statistica-Prezzi della CCIAA:

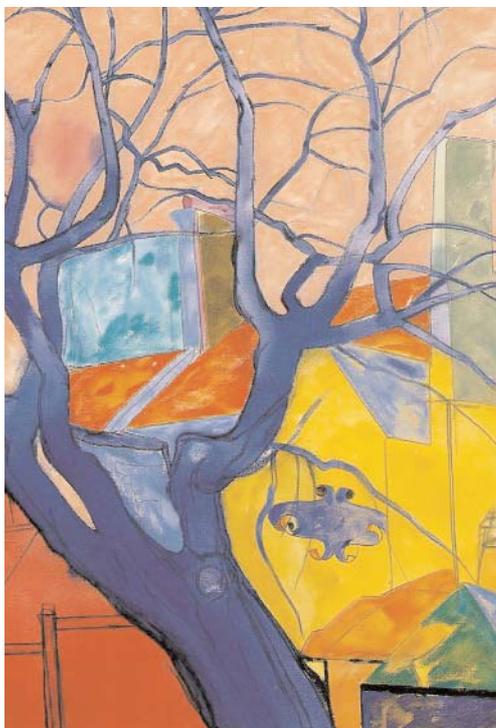
tel 0382 393228 fax 0382 530651

email: statistica@pv.camcom.it

Per scaricare gratuitamente il volume:

www.pv.camcom.it

Per confrontare gli usi accertati presso le diverse province lombarde: www.usilombardia.it



Borsa Lavoro Lombardia: la nuova rete dei servizi per il lavoro

La Regione Lombardia ha realizzato il portale borsalavorolombardia.net, primo esempio in Italia di realizzazione della Borsa continua nazionale del Lavoro. Il portale si rivolge alle imprese e alle persone, che possono utilizzarlo rispettivamente per pubblicare i propri annunci di ricerca personale e le proprie candidature, e a tutti gli operatori della filiera istruzione-formazione e lavoro.

Borsalavorolombardia.net trova pertanto il suo alveo naturale nella legge Biagi che disegna nuove regole in materia di occupazione e mercato del lavoro, valorizzando il ruolo dei soggetti privati nel rispetto del ruolo istituzionale dei Servizi pubblici per l'impiego e della possibilità che altri soggetti forniscano servizi di intermediazione tra domanda e offerta; si tratta delle Università, dei Comuni, delle Camere di Commercio, degli Istituti di scuola secondaria, delle associazioni dei datori di lavoro e dei sindacati, degli enti bilaterali.

Accompagnando la legge Biagi, il portale s'inscrive in un approccio nuovo che reinterpreta il ruolo delle istituzioni come fucina di un sistema integrato, capace di abbracciare il mondo del lavoro nella sua complessità.

Da qui la scelta di non limitarsi ad un incrocio tra domanda e offerta. L'integrazione tra le aree del lavoro, della formazione professionale e dell'istruzione permette di aderire posizionandosi direttamente sulla realtà del mercato. Borsa Lavoro Lombardia offre una grande quantità di informazioni, riunendo in un unico luogo una molteplicità di dati e conoscenze fino ad oggi distribuite in ambiti diversi nel territorio, aggiornandole e arricchendole costantemente. Ciò è reso possibile anzitutto grazie alla presenza di tre banche dati: osservatorio del mercato del lavoro e della formazione, guida alle opportunità formative, banca dati dei mestieri e delle professioni.

L'osservatorio del mercato del lavoro e della formazione contiene 815 tavole statistiche raggruppate in 15 tematiche che considerano tutte le informazioni necessarie per avere una visione complessiva del mercato del lavoro e dei flussi formativi in Lombardia. I dati disponibili vanno dagli indici su occupazione e disoccupazione, a quelli sulle previsioni della popolazione, alla domanda di lavoro espressa dalle imprese.

La guida delle opportunità formative contiene l'offerta di 2.686 enti di formazione che forniscono 5.298 occasioni formative sul territorio lombardo: si tratta di tutte le

occasioni formative disponibili, a partire dai corsi di formazione professionale destinati ai giovani, fino ai master post-universitari passando per i corsi della scuola secondaria superiore e i corsi di laurea di primo e di secondo livello. Completano il quadro i corsi Ifts e le opportunità destinate agli adulti, agli anziani ed alle categorie svantaggiate. La banca dati dei mestieri e professioni è stata realizzata con l'obiettivo di fornire la descrizione e le prospettive occupazionali delle 670 professioni di riferimento della struttura economica della Lombardia. Attualmente sono disponibili le informazioni relative alle 150 professioni più importanti, cioè quelle per le quali le imprese segnalano le maggiori richieste di personale.

Il portale, inoltre, mette a disposizione una serie di schede tematiche raggruppate in due sezioni: una dedicata a istruzione e formazione ed una al lavoro. Si tratta rispettivamente di 77 schede relative a istruzione e formazione e di 118 relative al lavoro, che illustrano le iniziative della Regione in questi ambiti. E' presente anche un'ampia documentazione sulla riforma Moratti della scuola e sulla riforma Biagi del mercato del lavoro, oltre ad un glossario di 400 voci e una sezione "normative", che contiene le principali leggi nazionali e regionali. Completano le sezioni informative: "Formalavoro magazine", periodico di approfondimento di Borsa Lavoro Lombardia, e una selezione di notizie costantemente aggiornate, sia per l'ambito istruzione e formazione che per il lavoro.

Ma i "numeri" più interessanti sono quelli relativi alla Borsa continua del Lavoro, anche se si deve sottolineare che un primo bilancio delle persone, delle imprese e degli operatori che utilizzano Borsa Lavoro Lombardia per soddisfare il loro bisogno di incontrare domanda o offerta di lavoro sarà possibile solo tra qualche settimana. Peraltro, già nei pochi mesi di attività del portale, che è stato pubblicato il 24 marzo 2004, le iscrizioni e gli accessi sono stati significativi: si sono registrati più di 29.000 utenti e i curricula inseriti sono ad oggi 13.885, mentre ben 920 imprese e 80 operatori hanno cominciato ad utilizzarlo pubblicando annunci per un totale di 3.577 collaboratori cercati. A questa fase sperimentale hanno partecipato anche alcune associazioni di categoria con l'obiettivo di inserire in Borsa Lavoro le proposte di lavoro dei loro associati. Infine, alcune università hanno fornito a Borsa Lavoro i curricula dei laureati delle ultime sessioni di laurea, mentre alcune scuole hanno inserito i dati degli allievi che si sono diplomati alla fine dell'anno scolastico.



VARIE

CALENDARIO CORSI PAVIAFORM

Corsi aziendali PAVIAFORM, ottobre-dicembre '04

OTTOBRE

Il rapporto tra azienda e istituti di credito (7 e 14/10)

Il corso si propone di fornire la panoramica completa sugli aspetti più ricorrenti che possono condizionare il rapporto azienda/banca.

Tecniche di presentazione orale formale (11-12/10)

L'obiettivo di questo corso è sviluppare le competenze formali e sociali necessarie per assicurare che i partecipanti influiscano sul loro pubblico nella maniera desiderata

L'imprenditore trainer. La costruzione del team vincente per dirigere l'azienda (21/10)

Il corso è progettato per rafforzare le capacità dell'imprenditore di organizzare e motivare i propri collaboratori; per sviluppare uno stile managerialorientato al risultato.

L'allargamento dell'Unione Europea: una sfida di cross culture (26/10)

L'incontro intende definire e applicare il concetto di cross culture, migliorando l'approccio al marketing internazionale in un contesto di allargamento all'Unione Europea.

L'utilizzo delle funzioni avanzate di Word e Excel (27/10)

Obiettivo del corso è quello di migliorare la conoscenza dell'utilizzo di Word ed Excel tramite l'approfondimento di alcune funzionalità avanzate e dei criteri di applicazione.

L'applicazione del nuovo codice della privacy: il documento programmatico per la sicurezza (28/10)

L'impatto del sistema di gestione della privacy; i principali requisiti del Codice della Privacy in relazione alle misure sulla sicurezza; il trattamento dei dati.

Il salario variabile ed il premio risultato (29/10)

Il corso, di natura strategica e organizzativa, quindi non riservato solo a esperti, fornisce le informazioni di base sugli strumenti operativi per la retribuzione variabile.

NOVEMBRE

E-procurement: le opportunità di approvvigionamento in rete per la Piccola e Media Impresa (5/11)

Tema sempre più strategico per la PMI, che necessita di approfondimento per permettere alle aziende di cogliere le opportunità della rete.

La gestione dei servizi generali nella Piccola e Media Impresa: il Facility Management (8 e 15/11)

Il percorso offre agli imprenditori, ai gestori dei servizi generali, ed ai consulenti esterni un quadro conoscitivo sulla gestione di questi servizi.

Il parco fornitori dell'azienda. Criteri e Modalità di valutazione e di scelta (9 e 16/11)

Il corso vuole illustrare i criteri e le modalità pratiche di valutazione e classificazione più frequentemente usate per gestire nel modo più efficiente il proprio parco fornitori.

Interpretare il bilancio per comprendere la propria azienda (11/11)

Per capire il linguaggio del bilancio, interpretandone i segnali e le indicazioni, permettendo anche ai non specialisti di utilizzarlo come utilissimo strumento di lavoro.

L'analisi di bilancio per indici (18/11)

Il seminario fornisce i concetti di base dell'analisi di bilancio per indici, quale strumento per il controllo dell'evoluzione della gestione aziendale.

Ri-progettare l'organizzazione per aumentare l'efficienza dell'impresa (23 e 30/11)

Conoscere la propria organizzazione significa definire i principali meccanismi di funzionamento, i punti di forza e di debolezza, le aree di spreco, gli obiettivi strategici.

Strumenti per il miglioramento del sistema qualità (25/11)

Il corso è rivolto ad aziende che hanno implementato un sistema di gestione per la qualità e vuole fornire ai partecipanti strumenti utili per il miglioramento del sistema.

La produzione snella: maggiore produttività e riduzione degli sprechi (26/11)

Come si trasforma un'azienda con l'obiettivo di incrementare la capacità produttiva, ridurre la difettosità, incrementare la rotazione dei magazzini, ridurre le scorte.

Il recupero dei crediti e la gestione delle controversie in Italia e all'estero (29/11)

Obiettivo del corso è quello di offrire informazioni operative a chi desidera tutelarsi a livello contrattuale e assicurativo nei rapporti relativi a transazioni commerciali.



DICEMBRE

Il controllo di gestione su foglio elettronico (1, 6, 13/12)

Contabilità analitica e industriale, budget e reporting potranno essere impostati nelle loro linee generali, per introdurre in azienda questi strumenti.

Le verifiche ispettive interne per scuole, enti e società di formazione (2 e 3/12)

Un intervento formativo per responsabili qualità di enti di formazione, con la conoscenza delle tematiche relative alle verifiche ispettive di prima parte.

L'uso avanzato dei motori di ricerca (14/12)

Conoscere le modalità operative per un utilizzo efficiente delle funzioni avanzate dei motori di ricerca, per una più rapida e mirata individuazione delle informazioni.

Per informazioni:

Paviaform - Azienda Speciale CCIAA di Pavia

C.so Strada Nuova, 47/d - 27100 Pavia

Dott. Danilo Rossini

tel. 0382 393271/417 fax. 0382 304559

email: paviaform@pv.camcom.it