

La Camera di Commercio e la tutela del mercato

Tra le funzioni che competono alla Camera di Commercio, ce n'è una che è particolarmente interessante ed innovativa. Si tratta di una competenza specifica che va sotto il nome di regolazione del mercato o anche di tutela della fede pubblica. Essa consiste nel vigilare sul mercato e favorirne la regolazione attraverso l'applicazione di regole certe ed eque, l'adozione di pratiche commerciali corrette e di standard contrattuali coerenti ed etici, la vigilanza sulla sicurezza e la conformità dei prodotti.

Ecco nello specifico i compiti delle Camere di Commercio per la tutela della fede pubblica e dei consumatori: il controllo di regolarità sugli strumenti di misurazione, come ad esempio le bilance o i distributori di carburanti; il controllo della sicurezza dei giocattoli, l'etichettatura dei prodotti tessili e dei dispositivi di protezione individuale, la vigilanza sull'operato di certe figure professionali, quali l'impiantista o l'agente di affari in mediazione. Infine, un responsabile camerale può sostituire la figura del notaio nel momento dell'estrazione dei premi nell'ambito di concorsi a premi, garantendo correttezza e trasparenza nel procedimento. E ancora: è la Camera di Commercio che può predisporre contratti-tipo tra imprese, o tra le loro associazioni, tra i rappresentanti dei consumatori e gli utenti, verificando la presenza di clausole vessatorie nei contratti. Il ruolo di tutela del mercato è dunque pienamente attribuito alle Camere, che lo esercitano con efficienza, offrendo percorsi semplificati negli iter burocratici. A questo proposito, è stato presentato poche settimane fa un progetto nazionale di coordinamento sull'individuazione di ciò che viene considerata clausola vessatoria e di quali siano i comportamenti da adottare nell'attività di controllo da parte delle Camere: un'altra garanzia per i consumatori e un atto di trasparenza a favore del mercato.

In questo Focus vengono illustrati analiticamente tutti i servizi erogati dalla Camera di Commercio in questo settore.

A cura di Stefano Gatti
e Maria Lucrezia Pagano

F

O

C

U

S

Le funzioni metriche e la tutela del consumatore

di Stefano Gatti

Gli strumenti di misura: il controllo di regolarità

Nell'ambito della regolazione del mercato il servizio metrico svolge diverse funzioni che tutelano la fede pubblica e garantiscono in determinati settori la correttezza delle transazioni commerciali. Le attribuzioni svolte dagli Enti camerale in tale materia riguardano in particolare la verifica della correttezza degli strumenti di misura, per quanto attiene il loro funzionamento nel momento della prima installazione e periodicamente.

Anzitutto i fabbricanti metrici hanno il dovere di chiedere il controllo di ogni strumento di misura prima di immetterlo sul mercato, in modo che sia garantita la conformità a quanto prescritto nello specifico decreto di approvazione del relativo modello. Tale "verifica prima" può essere effettuata anche dagli stessi fabbricanti che abbiano preventivamente ottenuto il rilascio della concessione di conformità metrologica.

Per quanto riguarda gli utenti metrici, essi coincidono con i soggetti che utilizzano gli strumenti di misura per effettuare transazioni economiche o per la determinazione di tariffe, al fine di stabilire il prezzo di un bene in base all'erogazione di determinati quantitativi. Gli utenti metrici sono tenuti a sottoporre periodicamente gli strumenti utilizzati all'ufficio metrico della Camera di Commercio (o in alternativa a un Laboratorio accreditato e sottoposto a vigilanza dell'Ente camerale). Per entrare nello specifico, la normativa vigente prevede diverse periodicità a seconda della tipologia dello strumento (ad esempio: tre anni per gli strumenti per pesare, due anni per i complessi di misura per carburanti, ecc.). A prescindere dalle scadenze previste dalla legge, la verifica metrica va richiesta anche ogni qualvolta sia intervenuta una modifica o una riparazione sullo strumento. Pertanto gli utenti metrici hanno l'onere di garantire il corretto funzionamento degli strumenti, e devono astenersi dal loro utilizzo qualora risultino difettosi dal punto di vista metrologico, a pena di sanzioni amministrative.

La verifica metrica, in caso di esito positivo, si conclude con l'apposizione sullo strumento di una etichetta, che si altera in caso di rimozione, indicante la data di scadenza entro la quale dovrà essere presentata una nuova istanza di verifica. Qualora lo strumento risultasse metrologicamente difforme da quanto prescritto dalla normativa, l'utente metrico verrebbe invitato a provvedere alla regolarizza-

zione, tramite un "ordine di aggiustamento", e a sottoporre nuovamente lo strumento a verifica. Altri compiti rientranti in questo settore riguardano l'assegnazione dei marchi per l'identificazione dei metalli preziosi e le verifiche in materia di cronotachigrafi CEE. Questi ultimi sono gli strumenti ubicati a bordo dei veicoli stradali pesanti, aventi la funzione di registrare i dati sulla marcia dei veicoli in modo da fornire indicazioni su determinati periodi di lavoro dei conducenti.

La riparazione di cronotachigrafi può essere eseguita da imprese autorizzate, mediante presentazione di apposita istanza alla Camera di Commercio competente per territorio, la quale svolge attività di vigilanza tramite controllo preventivo sulle attrezzature e provvede alla vidimazione del registro sul quale sono annotati gli interventi di riparazione effettuati.



Circa i compiti in materia di metalli preziosi, questi erano svolti storicamente dagli uffici periferici del Ministero dell'Industria, e sono stati trasferiti insieme alle altre funzioni metriche alle Camere di Commercio da una decina d'anni. In particolare la Camera assegna un marchio di identificazione, previa verifica dei requisiti, alle aziende che svolgono

attività di vendita di metalli preziosi (oro, argento platino e palladio) o loro leghe allo stato di materie prime o semilavorati, attività di fabbricazione di prodotti finiti, o importazione di materie prime, semilavorati o prodotti finiti. Gli oggetti in metallo prezioso devono recare l'identificativo del marchio e il titolo della lega espresso in millesimi.

L'ufficio metrico della Camera di Commercio oltre a rilasciare il marchio di identificazione che attesta l'iscrizione nell'apposito registro, custodisce le matrici dalle quali si ricavano le impronte di marchi di identificazione e il conseguente allestimento dei punzoni recanti tali impronte.

Gli assegnatari del marchio hanno il dovere di presentare denuncia dei punzoni smarriti o sottratti consegnandone copia all'Ente camerale per richie-

dere la fabbricazione di ulteriori punzoni. Sempre nell'ambito del settore dei metalli preziosi, l'ufficio camerale ha la vigilanza sulla veridicità di quanto riportato su tali oggetti potendo intervenire tramite prelievo di campioni, da sottoporre a saggio presso i laboratori specializzati.

Funzioni ispettive e sanzionatorie - concorsi a premi

Rientrano nelle funzioni di regolazione del mercato anche le attribuzioni trasferite alle Camere di Commercio a seguito della soppressione di altri uffici ministeriali, gli UPICA (Uffici provinciali dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato). In ambito sanzionatorio e ispettivo le Camere hanno una serie di competenze in determinati settori con particolare riguardo alla tutela del consumatore. Ne sono esempi la sicurezza dei giocattoli, l'etichettatura dei prodotti tessili e dei dispositivi di protezione individuale, nonché, in collegamento con le attività inerenti l'anagrafe economica, la vigilanza sull'operato di certe figure professionali, quali l'impiantista o l'agente di affari in mediazione. Riguardo la prima fattispecie delineata, si tratta di un'attività svolta in sinergia con altri organi di vigilanza e con il Ministero dello Sviluppo Economico, e consiste nella verifica dei requisiti formali che le singole leggi speciali impongono per la commercializzazione di specifiche categorie di prodotti (ad esempio la marcatura "CE", le note tecniche e le istruzioni per il consumatore), nonché nella facoltà di effettuare prelievi per successive analisi sulla pericolosità dei prodotti o sulla loro conformità a quanto dichiarato dal fabbricante/importatore in etichetta.

Circa i mediatori – in particolare gli agenti immobiliari – la vigilanza si esplica con la segnalazione di fenomeni di abusivismo agli organi di polizia giudiziaria, mentre, per quanto riguarda gli iscritti nell'apposito Ruolo, sussiste la facoltà per la giunta camerale, qualora si riscontrassero – anche a seguito di esposti e segnalazioni – comportamenti difformi dalla correttezza professionale, di irrogare sanzioni disciplinari che possono andare da una semplice sospensione alla definitiva radiazione dal Ruolo.

La figura del Responsabile della fede pubblica e della tutela del consumatore, già individuata dal citato Decreto 112/1998 in riferimento alle attività sopra descritte di vigilanza nel settore metrico e dell'ex UPICA, viene successivamente richiamata anche dal DPR 430/2001, che ha riordinato la disciplina delle operazioni e dei concorsi a premio, ossia le manifestazioni organizzate dalle imprese al fine di promuovere la vendita dei propri prodotti e servizi. Come è noto, i concorsi a premio sono strutturati in modo da consentire la vincita di un premio in conseguenza di una prova di abilità o della pura casualità (a seguito di estrazione casuale) o per una combinazione delle due cose, mentre



nelle operazioni a premio la vincita si consegue automaticamente per avere il partecipante accumulato un determinato quantitativo di prove d'acquisto.

La nuova norma, nell'abolire la necessità di una preventiva autorizzazione (che prima era di competenza delle Agenzie delle Entrate), ha comunque imposto l'obbligo, limitatamente ai concorsi a premio, dell'intervento del Responsabile camerale della fede pubblica o di un suo delegato, in alternativa ad un notaio, nel momento dell'estrazione dei premi, a garanzia della trasparenza e della conformità della stessa all'apposito atto regolamentare preventivamente redatto dal promotore. Quest'ultimo ha le ulteriori incombenze di versare una cauzione a favore del Ministero, di importo pari al valore complessivo dei premi messi in palio, e, successivamente alla consegna degli stessi ai vincitori, di attestare la chiusura della manifestazione, il che avviene con verbalizzazione presso l'ufficio competente della Camera di Commercio.

La regolazione del mercato: ecco le funzioni camerali

di Maria Lucrezia Pagano

In Italia le Camere di Commercio sono da sempre le tradizionali sedi di rappresentanza degli interessi imprenditoriali, svolgendo - come tali - un ruolo di fondamentale importanza per la vita delle imprese: in quanto autonomie funzionali sono, infatti, investite di competenze promozionali, amministrative e più in generale di supporto alla comunità degli affari.

Inoltre, con l'introduzione della legge 29 dicembre 1993, n.580, gli Enti camerali hanno assunto una differente fisionomia istituzionale perché l'art.10 - nel ridefinire la composizione del Consiglio camerale - ha previsto al suo interno anche "due

componenti in rappresentanza, rispettivamente, delle organizzazioni sindacali dei lavoratori e delle associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti".

La medesima legge di riforma ha inoltre apertamente riconosciuto le Camere di Commercio come soggetti qualificati ad esercitare precise funzioni nell'ambito della regolazione del mercato, sia attraverso l'attività di commissioni conciliative ed arbitrali - quindi mediante l'amministrazione di procedure extragiudiziali volte a comporre le controversie commerciali - sia sul piano dei rapporti contrattuali. Difatti, le CCIAA possono "predisporre e promuovere contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti" e "promuovere forme di controllo sulla presenza di clau-



sole inique inserite nei contratti" ex art.2, comma quarto, ai punti b e c della legge n.580/1993. Ne deriva, quale conseguenza di primaria importanza, la creazione di commissioni ad hoc: per la predisposizione di contratti-tipo in settori specifici di applicazione, al fine di riequilibrare i contrapposti interessi nei rapporti contrattuali fra imprenditori oltre che fra questi ultimi ed i consumatori; ancora, per controllare la presenza di clausole vessatorie inserite nei contratti per adesione, predisposti dai professionisti per regolare i loro rapporti con i consumatori. Tale attività di redazione e di controllo dei contratti è svolta per l'appunto da

queste vedono al proprio interno studiosi e specialisti, aventi specifica competenza giuridica in materia, oltre ad una rappresentanza delle categorie degli operatori economici d'interesse.

Pertanto, alla luce delle disposizioni citate, il controllo camerale sulle condizioni contrattuali - non potendo essere legittimamente considerato al pari di una funzione amministrativa di carattere autoritativo - può configurarsi unicamente sotto forma di un servizio offerto alle imprese: per acquisire certezza sulla bontà dei contratti predisposti dalle

aziende, sotto il profilo della loro equità contrattuale e perché i moduli contrattuali - in quanto privi di clausole vessatorie - siano rispondenti ai requisiti di correttezza, trasparenza ed equilibrio contrattuale, nell'interesse delle stesse imprese, dei consumatori e del mercato.

Le CCIAA non sono semplicemente enti di rappresentanza, ma anzi hanno competenze promozionali, amministrative e, più in generale, di supporto alla comunità degli affari

Il Protocollo d'Intesa tra Unioncamere Lombardia e Isdaci

L'Unione Regionale delle Camere di Commercio lombarde - Unioncamere Lombardia e l'Istituto per lo Studio e la Diffusione dell'Arbitrato e del Diritto Commerciale Internazionale - Isdaci hanno siglato, lo scorso 19 novembre 2008, un Protocollo di Intesa che ha l'obiettivo di rafforzare le sinergie di azione in materia di arbitrato e conciliazione.

L'Unioncamere Lombardia è l'istituzione che riunisce e rappresenta le dodici Camere di Commercio della Regione. Sotto la sua egida, infatti, gli Enti camerali lombardi - che intrattengono sempre di più un modello di relazioni 'a rete' - hanno sviluppato un processo di collaborazione intercamerale per una migliore sinergia di azione, pur valorizzando nel contempo il patrimonio e le peculiarità di ogni singola CCIAA. In estrema sintesi, realizza e garantisce il coordinamento efficiente degli Enti camerali della Lombardia in una prospettiva sempre più di sistema.

L'Isdaci è un'associazione privata legalmente riconosciuta, senza fini di lucro - promossa nel 1986 dalla Camera di Commercio di Milano e da un gruppo di imprese e di Camere di Commercio - che nel corso degli anni ha acquisito sempre più prestigio nonché riconosciuta autorevolezza. L'Istituto è impegnato principalmente nello sviluppo della cultura e della prassi dell'arbitrato e più in generale di tutti gli ADR - ossia dei mezzi alternativi alla giurisdizione ordinaria di risoluzione delle controversie - oltre all'approfondimento delle dinamiche giuridiche relative agli scambi nazionali ed internazionali. A tal fine, si occupa principalmente di attività di ricerca, di editoria e di formazione con il supporto di un Comitato Scientifico di alto livello accademico e professionale.

Dal canto suo, l'Unione Regionale è da tempo costantemente attenta ai temi della regolazione del mercato - con particolare riguardo ai servizi arbitrali e conciliativi camerali.

Proprio la consolidata e felice esperienza di rete - compiuta soprattutto dalla Rete Camerale dei Servizi di conciliazione della Lombardia - incoraggia nel continuare su questa strada, grazie sempre al collaudato coordinamento dell'Unione Regionale unitamente al prezioso apporto scientifico dell'Isdaci, per conseguire un duplice obiettivo:

- ottimizzare e razionalizzare le risorse sulla base dell'esperienza già compiuta, ma sempre valorizzando le peculiarità di ogni singola Camera di Commercio con una particolare attenzione alle specificità territoriali di riferimento. In questo modo il patrimonio di ogni singola CCIAA diviene ricchezza di tutto sistema camerale.

- essere costantemente attenti ai bisogni del mercato, delle imprese e dei cittadini-utenti.

Pertanto, alla luce di quanto sopra viene aperto con tale Protocollo un rapporto di collaborazione organico, finalizzato a dare ancor più valore aggiunto alla qualità dell'attività finora svolta dalle Camere di Commercio della Lombardia.

La tutela del mercato a Pavia

Presso la Camera di Commercio di Pavia è stata da anni attivata ed è tuttora in piena attività la Commissione di Regolazione del Mercato, composta rispettivamente da un dirigente ed un funzionario camerali, nonché da due componenti esterni esperti in materia di diritto e contrattualistica e precisamente il Prof. Avv. Cesare Vaccà e l'Avv. Rotale Valeria Caspani.

Per lo svolgimento delle 'proprie' funzioni di vigilanza e tutela del mercato, l'Ente camerale pavese ha a disposizione questi principali strumenti:

- a) predisposizione e promozione di contratti-tipo;
- b) controllo sulla presenza di clausole vessatorie inserite nei contratti;
- c) possibilità di costituirsi parte civile nei giudizi relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio, nonché di promuovere l'azione per la repressione della concorrenza sleale ex art.2601 del Codice civile (art.2, comma quinto, legge n.580/1993).

Nell'aprile 2008, è stato adottato il nuovo Regolamento camerale del servizio di promozione per la predisposizione di contratti-tipo e del servizio di controllo sulla presenza di clausole vessatorie nei contratti.

Una revisione, questa, che si è resa necessaria soprattutto dopo l'entrata in vigore del Codice del consumo.

Vediamo ora nello specifico il funzionamento di tali servizi.

Predisposizione e promozione di contratti-tipo.

Il servizio consiste nell'agevolare la redazione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni dei consumatori e degli utenti, al fine di ottenere una disciplina uniforme per la regolazione dei rapporti contrattuali delle imprese sia con i consumatori sia con le altre imprese.

L'avvio del servizio può avvenire anche su richiesta delle associazioni di imprese presenti nel territorio provinciale che intendano fare uso dei contratti oggetto del procedimento o anche su richiesta delle associazioni dei consumatori e degli utenti, qualora il contratto-tipo riguardi rapporti di consumo. L'opportunità di procedere all'avvio del servizio è preliminarmente valutata dal Segretario Generale della Camera di Commercio.

La Commissione - tenuto conto delle proposte e dei documenti pervenuti e costituito eventualmente un gruppo di lavoro con i soggetti interessati - elabora una bozza di contratto-tipo, che viene trasmessa a tutti i soggetti interessati per ulteriori osservazioni. La versione definitiva del contratto-tipo viene trasmessa al Segretario Generale, che adotta i provvedimenti per la sua approvazione e trasmissione a tutti i soggetti interessati, al fine di diffonderne conoscenza e di promuoverne l'uso.

Controllo sulla presenza di clausole vessatorie inserite nei contratti.

Il servizio consiste nel verificare la presenza di clausole vessatorie (cioè quelle che determinano a

carico del consumatore uno squilibrio significativo di diritti e obblighi) inserite nelle condizioni generali di contratto, predisposte da professionisti o loro associazioni.

La Camera di Commercio di Pavia è competente qualora il soggetto, nei confronti del quale si indirizza il controllo, abbia sede o unità locale con rappresentanza nella provincia di Pavia.

L'avvio del relativo procedimento può avvenire o d'ufficio o a richiesta del professionista (o dell'associazione di professionisti) che, a tal fine, sottopone a verifica la correttezza delle condizioni contrattuali di cui fa uso o ha intenzione di far uso.

Dopo la positiva valutazione da parte del Segretario Generale della Camera di Commercio dell'opportunità di dare avvio al procedimento di controllo - la Commissione di Regolazione del Mercato emette il proprio motivato parere circa la vessatorietà o meno dei modelli contrattuali esaminati. Tale parere, trasmesso al Segretario Generale per il relativo provvedimento di adozione, viene successivamente comunicato ai soggetti interessati nonchè pubblicato all'Albo camerale. A tal proposito, qualora in esito all'istruttoria risultino accertati profili di vessatorietà, il Segretario Generale invita il professionista (o l'associazione di professionisti) a cessare l'impiego delle condizioni contrattuali vessatorie. In casi di particolare gravità, può proporre alla Giunta di convenire in giudizio il professionista (o l'associazione di professionisti) ai sensi dell'art.37 del Codice del consumo, affinché sia inibito l'uso delle condizioni generali di contratto vessatorie.

Casi concreti di Regolazione del Mercato

- Tra le proprie attività, il servizio di Regolazione del Mercato ha elaborato nel 2004 le Condizioni generali di contratto per la vendita del risone all'industria di trasformazione, testo che sostituisce quello degli anni Trenta. Queste nuove condizioni generali di contratto sono state elaborate dal Gruppo di lavoro formato dalla Commissione di Regolazione del Mercato e dai rappresentanti dalle Associazioni imprenditoriali delle categorie interessate, vale a dire Airi - Associazione Industrie Risiere Italiane, Ascom - Associazione Commercianti della provincia di Pavia, Cia - Confederazione Italiana Agricoltori, Coldiretti e Unione Agricoltori, con la collaborazione tecnica dell'Ente Nazionale Risi. Loro finalità è disciplinare tutti i contratti stipulati nella circoscrizione della Camera di Commercio di Pavia fra produttori ed industria di trasformazione. Le Condizioni generali costituiscono il contratto normativo, o contratto quadro, cui sono assoggettati tutti i singoli contratti stipulati nella circoscrizione della Camera di Commercio di Pavia, che non possono derogarvi se non in

**La Camera di Commercio
predispose contratti-tipo
tra imprese, loro associazioni,
associazioni di consumatori e utenti,
e verifica la presenza
di clausole vessatorie nei contratti**

La collaborazione con l'Università

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 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. In secondo 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.

relazione ai profili espressamente consentiti dalle Condizioni medesime. I contratti sono singolarmente stipulati nella forma dello Stabilito, dal quale le Condizioni sono richiamate. Pertanto lo Stabilito utilizzato nelle relazioni fra produttori ed acquirenti deve essere conforme a quanto previsto dalle nuove Condizioni generali e al modello ad esse allegato.

- Inoltre, lo stesso servizio ha controllato e parzialmente modificato le Condizioni generali di contratto disciplinanti il deposito delle merci in un'impresa in regime di Magazzino Generale, nei confronti del quale la CCIAA di Pavia ha funzioni di vigilanza.

- Ancora, la Commissione di Regolazione del Mercato - in seguito alla segnalazione di un consumatore - ha verificato le Condizioni generali di acquisto utilizzate da una concessionaria di una nota casa automobilistica. Avviato il procedimento, la Commissione ha riscontrato alcuni elementi di criticità opportunamente segnalati agli interessati e ai controinteressati. A seguito di quanto osservato, la casa automobilistica ha comunicato di aver modificato di sua iniziativa l'intera modulistica (peraltro già rivista nel dicembre 2005), predisponendo nel giugno 2006 nuove condizioni generali di

acquisto per i consumatori. Secondo quanto affermato dalla stessa, queste nuove condizioni sono ora utilizzate dalle reti di vendita ed applicate con efficacia retroattiva di due anni, sostituendosi di fatto a quelle contestate dal consumatore. La

Un progetto nazionale per un mercato più trasparente e sicuro

Senza dubbio degno di nota è il progetto nazionale sui contratti-tipo e le clausole inique, la cui presentazione ufficiale è avvenuta il 16 gennaio 2009 presso la Camera di Commercio di Pisa. Il progetto - finanziato da un Decreto della Direzione Generale per la Tutela del Consumatore presso il Ministero dello Sviluppo Economico - è principalmente finalizzato alla predisposizione e alla successiva divulgazione a livello nazionale di pareri, sulla presenza di clausole vessatorie contenute nei modelli contrattuali standard in uso nei principali settori economici, e di schemi contrattuali privi di clausole inique. Illuminanti sono state le parole del Presidente della Camera di Commercio di Pisa nonché delegato Unioncamere per la regolazione del mercato, Pierfrancesco Pacini, in occasione della presentazione dell'iniziativa. Questi ha per l'appunto affermato che "i contratti tipo sono strumenti a carattere preventivo che si predispongono per evitare l'insorgenza di problemi tra consumatori e imprese e che consentono di assicurare regole di trasparenza e di equità. La realizzazione di questo progetto è stata possibile grazie alla collaborazione delle Associazioni imprenditoriali e delle Associazioni dei consumatori, che trovano nelle Camere una sede ideale per raggiungere un accordo". L'elaborazione dei pareri sulla vessatorietà delle clausole nei contratti conclusi con i consumatori e la predisposizione dei contratti-tipo è il frutto del lavoro di diverse CCIAA - sotto il coordinamento dell'Unione Italiana delle Camere di Commercio con la collaborazione dell'Autorità Antitrust - ed è il risultato di una concertazione, sia a livello locale che nazionale, con i principali rappresentanti delle categorie economiche interessate e delle associazioni dei consumatori - grazie anche al supporto di alcuni ordini professionali. Il frutto di tale impegno è rappresentato da 13 contratti-tipo, 5 pareri sulle clausole inique e da 1 codice di condotta: tutto il materiale è stato raccolto in una banca dati nazionale on line, a consultazione libera ed a disposizione del piccolo imprenditore così come del semplice cittadino consumatore (www.unioncamere.it > biblioteca e archivio storico > mercato e consumatori). Nello specifico, la Commissione nazionale di coordinamento sui contratti-tipo e le clausole vessatorie si è occupata dell'analisi dei settori economici del commercio, dell'artigianato, del trasporto, del turismo, dei servizi (scuole guida, centri di estetica e benessere) e dell'edilizia, elaborando i relativi contratti-tipo ed i pareri sulla iniquità delle clausole. L'iniziativa ha come finalità ultima l'effettiva trasparenza delle condizioni generali contenute nei contratti per adesione e, conseguentemente, la salvaguardia delle garanzie poste dalla legge a tutela del consumatore.



CCIAA ha pertanto aperto una seconda fase di controllo, riguardante le nuove Condizioni generali d'acquisto per i consumatori, redatte nel giugno 2006 e successivamente oggetto di ulteriori modifiche nei mesi di luglio-agosto 2006. Ad esito di questa seconda fase di controllo, è stato emesso il motivato parere, scaricabile dal sito web www.pv.camcom.it > tutela del mercato > clausole inique e vessatorie.

• In seguito questa volta alla segnalazione di un'Associazione consumatori con sede locale, la Camera di Commercio di Pavia ha nuovamente riunito la Commissione di Regolazione del Mercato per la verifica delle condizioni generali di vendita contenute nei formulari, utilizzati da una società commerciale. Le criticità presenti nell'articolato contrattuale, contenente peraltro richiami normativi non adeguati alle modifiche succedutesi nel tempo, sono state attentamente vagliate dalla Commissione che, a conclusione dei lavori, ha provveduto a proporre le proprie osservazioni al Segretario Generale per l'adozione di apposito parere. Ne è seguito l'invito all'azienda a predisporre nuove condizioni contrattuali, conformi alla vigente disciplina volta a tutelare i diritti dei consumatori e degli utenti. Il relativo parere è scaricabile dal sito web www.pv.camcom.it > tutela del mercato > clausole inique e vessatorie.

• Sempre in seguito alla segnalazione di un'Associazione consumatori locale, sono state esaminate le Condizioni di vendita e d'uso utilizzate da una società sempre della zona, un autosalone multimarca.

La società non ha fatto pervenire osservazioni in merito a quanto segnalato circa i presunti profili di vessatorietà del contratto in questione; ad esito del controllo il relativo parere è stato emesso dalla Commissione, adottato dal Segretario Generale, pubblicato all'Albo camerale ed inviato a tutti gli interessati e controinteressati.

• Attualmente, la Commissione di Regolazione del Mercato sta effettuando un controllo a campione in merito alla presenza di clausole vessatorie nei formulari dei mediatori immobiliari di Pavia e provincia, depositati presso la Camera di Commercio negli ultimi cinque anni.

Per decisione unanime la verifica è limitata esclusivamente agli incarichi di mediazione per la locazione e la vendita di immobili ad uso abitativo, escludendo pertanto gli immobili ad uso diverso. Esito del lavoro sarà la definizione di regole generali - da tenere presenti sia dagli stessi operatori del mercato sia dal consumatore - al fine di promuovere la maggiore trasparenza del mercato immobiliare e di tutelare nel contempo efficacemente il consumatore.

F O C U S

Contro la crisi, uno strumento per lavorare “Confiducia”

a cura della redazione

Di fronte alla crisi economico-finanziaria, la Camera di Commercio reagisce con determinazione e le imprese pavese potranno da oggi contare su un importante intervento a sostegno dell'accesso al credito.

La Camera di Commercio di Pavia, infatti, ha deciso un impegno straordinario di oltre 1,7 milioni di euro per integrare la garanzia dei Confidi e sostenere le esigenze finanziarie delle PMI del territorio.

Al riguardo, il Presidente Piero Mossi sottolinea che tale impegno, in rapporto alle dimensioni dell'Ente camerale pavese, «rappresenta uno sforzo superiore a quello messo in campo dalle altre Camere lombarde di dimensioni simili, proprio perché la Camera di Commercio di Pavia, in questo difficile momento di crisi finanziaria, intende dare particolare supporto al tessuto imprenditoriale del territorio».

L'iniziativa vuole essere una prima risposta alla crisi che ha investito i mercati finanziari mondiali coinvolgendo il sistema del credito ed il mondo bancario. Il Sistema camerale lombardo, in accordo con le rappresentanze regionali delle associazioni imprenditoriali e bancarie, ha programmato un'azione per favorire l'accesso al credito e la liquidità alle imprese.

E' quindi nato “Confiducia”, un fondo di garanzia di 56 milioni di euro, costituito tra le 12 Camere di Commercio lombarde, insieme con Unioncamere e Regione Lombardia, condiviso e sottoscritto con Federfidi Lombardia (in rappresentanza dei confidi dei comparti produttivi industria, artigianato, agricoltura e cooperazio-

Un fondo di garanzia di 56 milioni di euro, costituito tra le 12 Camere di Commercio lombarde, insieme con Unioncamere e Regione Lombardia, condiviso e sottoscritto con Federfidi Lombardia e con i confidi del settore commercio.

Le PMI di tutti i settori economici possono contare su questo importante mezzo a sostegno dell'accesso al credito



ne) e con i confidi del settore commercio. Quindi le PMI di tutti i settori economici possono contare su questo importante strumento a sostegno dell'accesso al credito.

In proposito, proprio al fine di diffondere la conoscenza di questa importante opportunità e di ottenere la concreta collaborazione del sistema bancario locale e dei Confidi, la Camera di Commercio ha organizzato il 14 gennaio uno specifico incontro, alla presenza del Direttore di Unioncamere Lombardia, per approfondire e dibattere tutti gli aspetti di tale misura.

Nello specifico l'accordo siglato nei giorni scorsi presenta le seguenti caratteristiche.

Fondo di riassicurazione/contro-garanzia

Il Confidi rilascia garanzia pari al 70% del finanziamento bancario a valere sulle convenzioni in vigore con il sistema creditizio. La Camera di Commercio riassicura il Confidi per il 45% dell'importo della garanzia da questo concessa o rinnovata (31,5% per il settore commercio, 27,5% per gli altri settori in cui interviene la Regione Lombardia).

Tipologia dei finanziamenti

Misura 1. Finanziamento chirografario durata fino a 60 mesi con piano di ammortamento, compreso pre-ammortamento di massimo 12 mesi.

Misura 2. Castelletti di sconto, anticipi fatture, anticipi export, anticipi contratti, anche in forma promiscua, salvo buon fine (con l'esclusione di fidi di cassa e anticipi import), con una durata di 12 mesi rinnovabili fino a 24 mesi

Beneficiari e limite dei finanziamenti attivabili

Micro, Piccole e Medie Imprese di tutti i settori, classificati come segue:

GRUPPO A: nuove imprese in attività da meno di 12 mesi antecedenti la data di richiesta del finanziamento presentata attraverso il Confidi.

Misura 1: massimo 50.000

Misura 2: massimo 30.000

GRUPPO B: imprese in contabi-

Le risorse messe a disposizione dai territori

Provincia	Risorse Camerali	Risorse Regionali	Totale
Bergamo	4.540.000	2.930.000	7.470.000
Brescia	5.367.000	3.463.000	8.830.000
Como	1.060.000	684.000	1.744.000
Cremona	541.000	349.000	890.000
Lecco	791.000	510.000	1.301.000
Lodi	590.000	381.000	971.000
Mantova	1.055.000	680.000	1.735.000
Milano	10.450.000	6.742.000	17.192.000
Monza	1.161.000	749.000	1.910.000
Pavia	1.351.000	871.000	2.222.000
Sondrio	487.000	314.000	801.000
Varese	3.607.000	2.327.000	5.934.000
TOTALE	31.000.000	20.000.000	51.000.000

Accordo Sistema Camerale / Federfidi per tutti i settori, escluso il commercio

lità semplificata (stato all'ultimo esercizio chiuso)

Misura 1: massimo 150.000

Misura 2: massimo 75.000

GRUPPO C: imprese in contabilità ordinaria (stato all'ultimo esercizio chiuso)

Misura 1: massimo 500.000

Misura 2: massimo 300.000

Importo massimo per impresa: massimo previsto per la Misura 1.

Tassi di interesse e oneri accessori

Parametro da concordare con il sistema bancario + spread massimo parametrato alla classe di rischio dell'impresa beneficiaria da applicare comunque in un'ottica di riduzione.

Infine, rispetto alle caratteristiche tecniche sopra illustrate vi è da sottolineare l'aspetto, particolarmente apprezzato dalle imprese in questo momento, riguardante la possibilità di attivare finanziamenti fino a 60 mesi anche per anticipo fatture.

Da notare, inoltre, che i contemporanei e positivi interventi di Regione Lombardia, in piena logica di sinergia e complementarietà, aumenteranno gli effetti moltiplicatori del sistema di contro garanzia.

Il progetto vede coinvolti direttamente i Confidi di 1° e 2° livello – che per l'esperienza e la vicinanza alle imprese sono in grado di offrire un professionale ed adeguato supporto nel processo di erogazione dei finanziamenti – ed il sistema bancario regionale, che – anche grazie ad un'intesa con ABI lombarda – assicurerà finanziamenti a tassi e condizioni di favore.

In conclusione, questa iniziativa, direttamente rivolta a far fronte alle esigenze di liquidità delle imprese, può attivare, grazie alla collaborazione con i Confidi di livello un "effetto leva" pari a oltre 50 milioni di affidamenti nei prossimi mesi a favore delle aziende pavesi. Si tratta quindi di un tangibile aiuto nel difficile sforzo di superamento di questa grave congiuntura che colpisce il nostro sistema economico.





Arrivano i “Distretti urbani del commercio”

nostro servizio

Il settore del commercio ha assunto un ruolo di primo piano nello sviluppo del sistema economico lombardo, arrivando a produrre, (secondo i dati forniti dalla Regione e relativi al 2007) circa il 13,5% del PIL regionale ed il 18% dell'occupazione totale, pari a circa 650 mila lavoratori. L'importanza della distribuzione commerciale risiede anche nella sua capacità di adattarsi alle mutevoli domande del mercato ed essere in grado di rispondere alla segmentazione dei comportamenti di acquisto. Negli ultimi tempi l'atteggiamento del cliente è stato dettato sia da logiche micro-economiche ben note, quale la legge della domanda e dell'offerta, ma anche da variabili particolari che oggi vengono definite come "shopping experience" cioè una condotta influenzata dai contesti di acquisto, dalle modalità di vendita, dalla provenienza dei prodotti, da una esperienza di

socializzazione. Sul lato dell'offerta, il sistema distributivo ha compiuto in questi anni un profondo processo di modernizzazione, raggiungendo standard quantitativi e qualitativi che pongono la Lombardia al pari delle più avanzate realtà regionali e metropolitane europee. Una risorsa insostituibile è rappresentata dalla fitta rete di esercizi di prossimità e dai negozi indipendenti che può contare nella regione oltre 100 mila punti vendita. Una realtà che negli ultimi anni ha sofferto uno svantaggio competitivo nei confronti delle grandi polarità commerciali extraurbane (mall, centri commerciali, factory outlet centre). La competitività di questi esercizi si gioca, oltre che su fattori e qualità proprie del singolo operatore, sulla loro capacità di fare sistema e di organizzare un'offerta integrata di qualità, valorizzando le rispettive sinergie e complementarità. Per incoraggiare e sostenere questo sistema Regione Lombardia ha ideato ed adottato il progetto dei "Distretti Urbani del Commercio" un approccio incentrato sulla valorizzazione della pluralità, della qualità e

La Regione Lombardia ha adottato questo nuovo progetto per la valorizzazione della pluralità, della qualità e della convenienza dell'offerta commerciale, verso il consumatore e le strutture

della convenienza dell'offerta commerciale, tanto verso il cittadino-consumatore quanto verso il contesto in cui le strutture commerciali si inseriscono. Un'intesa forte tra l'ente di Governo regionale, gli Enti territoriali e locali, le Camere di Commercio, le imprese, i sindacati, le associazioni di categoria e le Università, che porta al consolidamento del percorso, al fine di assumere definitivamente e in azioni concrete i principi guida della sussidiarietà e del federalismo.

I "Distretti Urbani del Commercio" rappresentano un'idea strategica innovativa per lo sviluppo. Ambiti e iniziative per fare del commercio il fattore di integrazione e valorizzazione delle risorse di cui dispone un territorio, per promuovere la competitività delle imprese e la crescita dell'occupazione, per consolidare il ruolo del commercio come elemento di integrazione e

Massimo Viganò: "Una grande novità in Italia"

Massimo Viganò, docente di Trade Marketing presso l'Università IULM di Milano, è partner di TradeLab, società di analisi e ricerche milanese che ha curato per Regione Lombardia la realizzazione del progetto dei Distretti urbani del commercio. La società inoltre ha affiancato alcuni comuni, tra cui Pavia, nella redazione del piano sottoposto poi al vaglio della Regione. È importante sottolineare, secondo Viganò, il carattere innovativo di questo bando che non vuole essere solo un'erogazione di contributi, ma un potente strumento di pianificazione strategica.

"Il progetto - dice - si presenta come una grande novità rispetto al panorama della distribuzione italiana. È infatti un'iniziativa che mette a disposizione strumenti e incentivazioni che non si rivolgono al solo operatore ma a tutta una rete, con il fine di creare centri commerciali naturali definiti appunto Distretti urbani del commercio. Si riconosce quindi che la competitività del singolo operatore, oggi non è tanto, o solamente, definita dalle sue specifiche caratteristiche o capacità, ma dalla forza del sistema a cui appartiene e dalla possibilità che questo ha di rapportarsi con altre realtà distributive come quella della GDO. Individuare dei centri commerciali naturali, vuol dire agire in un'ottica di network, operare all'interno di uno scenario che vuole costruire un sistema capace di creare un'offerta complementare nell'attuale panorama distributivo. Il Bando di Regione Lombardia individua sei aree di intervento che hanno proprio questo scopo, non si tratta solo di stanziamenti destinati a opere pubbliche o lavori di restauro, ma a iniziative che agiscono in un'ottica di sistema e quindi la promozione, il marketing, la sicurezza, la gestione dei servizi in comune". Nelle sue modalità e caratteristiche, il bando rappresenta un'assoluta novità per l'Italia. Prosegue Viganò: "In Francia, Gran Bretagna e Spagna sono state varate iniziative simili. In Italia esistono dei progetti in difesa del commercio di vicinato, ma non esiste nulla di così strutturato. Regione Lombardia ha creato sicuramente qualcosa di estremamente innovativo a livello nazionale ma anche introdotto diverse novità rispetto alle esperienze simili degli altri paesi europei. Se infatti all'estero ci si affida in particolare ai privati, creando un Town Centre Management, nella nostra regione assumono un ruolo principali attori come gli enti locali, i comuni, e le associazioni di categoria. È dunque assai di più di un modello importato dall'estero. Tra i tanti aspetti interessanti del bando vale la pena di evidenziare due aspetti in particolare. Innanzitutto l'ottica di lungo periodo. Si punta a iniziative che creino progettualità pluriennali, con la creazione di piani di spesa e di un conto economico che preveda una pianificazione nel tempo. Altrettanto rilevante è l'enfasi data alla misurazione dei risultati ottenuti. Ogni esperienza di questo tipo avrà precisi criteri di giudizio che valuteranno nel corso del tempo l'esito delle iniziative prese. Questo per rimarcare maggiormente che non si tratta di erogare fondi una tantum, ma di creare un percorso stabile di crescita, che dovrà essere quantificato".

Trade Lab ha anche avuto un ruolo di consulenza nella progettazione del piano proposto alla Regione dalla città di Pavia. Per Viganò l'esperienza pavese ha delle peculiarità importanti: "A Pavia - conclude - c'è stato, oltre alla partecipazione degli operatori, del Comune e delle associazioni di categoria, un importante contributo dato dalla Camera di Commercio e da due istituti di Credito, Intesa Sanpaolo e Ubi Banca. Si tratta di un progetto che per il periodo 2009-2011 prevede l'investimento di 2 milioni e 200 mila euro, con un cofinanziamento regionale di 650 mila euro. Si vede dunque come il bando sia servito a mobilitare risorse aggiuntive che altrimenti non sarebbero state impiegate."

coesione sociale, di sviluppo e salvaguardia del territorio. La Regione Lombardia ha approntato un apposito bando che favorisca la nascita e lo sviluppo dei Distretti. Allo scopo sono stati messi a disposizione 22.500.000 euro. Il finanziamento regionale consiste in un contributo fino ad un massimo del 50% delle spese ritenute ammissibili. Due le misure previste: la misura 1 (Distretti Urbani del Commercio) riserva 10.596.000 euro ai Comuni capoluogo; la

misura 2 (Distretti Diffusi del Commercio) destina 11.904.000 euro ai Comuni non capoluogo.

Il contributo deve essere destinato a un "programma di intervento" strutturato in base a macroaree di azioni ammissibili: comunicazione e marketing di distretto, promozione e animazione, interventi strutturali di qualificazione urbana, accessibilità e mobilità, sicurezza pubblica, gestione comune di servizi. Gli Enti locali territoriali sono chiamati direttamente in causa e il piano rientra ovviamente tra le priorità di molti comuni lombardi che hanno partecipato al bando della Regione. In particolare il comune di Pavia ha delineato il proprio Distretto urbano del commercio. Questo progetto prevede un investimento di più di due milioni di euro

per un periodo di tre anni, finanziato dai due enti, ma anche da sponsor privati. Il programma del Comune segue le linee guida del bando regionale e sono inserite molte iniziative che vogliono innanzitutto migliorare a più livelli la vivibilità del centro storico. Il progetto è attualmente al vaglio della Regione e si attende una definitiva approvazione per la fine di marzo. Grazie anche alla partecipazione di Camera di Commercio, Ascom, Confesercenti e privati (tra cui due istituti di credito) il Comune di Pavia ha elaborato un progetto che prevede prioritariamente una serie di iniziative per quanto riguarda la sicurezza. È previsto un progetto di video sorveglianza in corso Cavour, Strada Nuova e corso Garibaldi e un sistema centralizzato di antifurto e videoregistrazione nel mercato sotterraneo di piazza della Vittoria. L'accesso sarà facilitato con la realizzazione di una serie di piste ciclabili. È inoltre prevista la razionalizzazione dei passaggi pedonali e dei marciapiedi. L'arredo urbano verrà rinnovato con l'introduzione di nuovi cestini dei rifiuti, fioriere, tavoli e sedie. Rientrano nel piano di finanziamento anche interventi per gli immobili e per i singoli negozi: dall'introduzione di dehors e pedane, alla risistemazione delle facciate. Tra le iniziative c'è anche la riprogrammazione del calendario degli eventi storici della città: Festival dei Saperi, mostra mercato "Pavia antiquaria" e la mostra mercato dell'antiquariato ogni seconda domenica del mese. Al distretto hanno finora aderito un centinaio di commercianti pavese, che, se l'operazione riceverà l'approvazione dalla Regione, potranno contare su oltre l'80% della somma messa a disposizione. Sarà però anche possibile promuovere la valorizzazione dell'iniziativa commerciale dove non è sufficientemente sviluppata, ossia favorire l'apertura di negozi in periferia. I distretti urbani del commercio rappresentano comunque una sfida con cui nel prossimo futuro si dovranno misurare le imprese, il mondo associativo e le amministrazioni locali.

L'Oltrepò pronto al rilancio: trasparenza e qualità

Eva Trovamala

Si è conclusa a fine novembre la campagna vendemmiale 2008: una vendemmia dai ritmi più "normali", senza gli anticipi che hanno caratterizzato il 2007, ma segnata in particolar modo dall'andamento bizzarro delle condizioni climatiche.

L'inverno è trascorso con temperature miti e con giuste precipitazioni, che hanno permesso una buona crescita delle viti, mentre la primavera – soprattutto nelle regioni del Centro Nord – è stata caratterizzata da continue e persistenti precipitazioni che - accompagnate anche da basse temperature - hanno ostacolato le diverse fasi vegetative. Di contro i mesi di settembre e ottobre sono stati scanditi da giornate calde, senza piogge e con favorevoli escursioni notturne, che hanno prolungato le operazioni di raccolta e favorito sensibilmente il ripristino dei livelli qualitativi.

I tempi della vendemmia - secondo le indicazioni di Assoenolgi – possono essere così riassunti. La raccolta delle varietà precoci si è svolta tra la prima e l'ultima settimana d'agosto, mentre il pieno della vendemmia si è avuto nella seconda metà di settembre. I conferimenti sono terminati tra la metà e la fine d'ottobre.

I primi dati - sempre forniti da Assoenolgi – riferiscono che si sono raccolti circa 63 milioni di quintali di uva per un totale di circa 44,5 milioni di ettolitri di vino prodotti, con un incremento del 5% rispetto alla scorsa campagna vendemmiale (come ogni anno si dovrà attendere aprile per avere i dati definitivi forniti dalla Camera di Commercio sulla base delle denunce delle uve).

Qualitativamente parlando, la vendemmia di quest'anno fornirà vini



più che buoni, con molte punte di ottimo e di eccellente soprattutto al Centro-Nord, facendo prevedere uno storico sorpasso dell'Italia sulla Francia, dove la raccolta delle uve - secondo le previsioni del Ministero dell'Agricoltura francese - pare sia stata la più debole dal 2000, inferiore del 10% alla media degli ultimi cinque anni.

La vendemmia in Lombardia è stata invece un po' più scarsa: la quantità è diminuita di circa il 20% rispetto alla vendemmia del 2007, ma è aumentata la qualità – piuttosto incerta all'inizio della raccolta, ma ad oggi considerata più che valida – specialmente per quei vini ottenuti da uve la cui raccolta è stata più lenta e che hanno così beneficiato delle favorevoli condizioni climatiche verificatesi durante le ultime fasi di maturazione.

Così spiega il direttore del Consorzio di Tutela Vini Oltrepò Pavese, Carlo Alberto Panont: "Una vendemmia faticosa, perché si è posta la massima attenzione alla selezione delle uve. Il ritorno del caldo a settembre ha favorito la maturazione ideale delle uve, anche se la quantità in Oltrepò è minore degli altri anni. Il ritorno alla normalità, per quanto riguarda il periodo di raccolta, è forse il fatto più importante in relazione alla qualità, soprattutto dei bianchi e delle basi spumanti." (da Corriere.it)

Una grande novità quest'anno ha interessato il lato

burocratico/fiscale della vendemmia: l'introduzione dei "voucher", ticket prepagati contro il lavoro nero, già ribattezzati dagli addetti al lavoro come "buoni vendemmia".

L'idea - suggerita dal parlamentare pavese Angelo Zucchi (vicepresidente della commissione agricoltura) agli inizi dello scorso anno - è stata subito favorevolmente accolta dall'ex Ministro Paolo De Castro, che ne ha annunciato la sperimentazione già a partire dalla vendemmia del 2008.

Con l'emanazione del Decreto Ministeriale del 12 marzo 2008 il governo ha dato il via ufficiale alla sperimentazione dei cosiddetti "voucher per le vendemmie di breve durata e a carattere saltuario", buoni prepagati che consentono di assolvere, in forma più snella, agli obblighi assicurativi e previdenziali per tutti i lavoratori impiegati nella vendemmia: meno burocrazia e più flessibilità.

Ma come funzionano questi buoni vendemmia?

La normativa consente alle aziende agricole di avvalersi di prestazioni occasionali rese da studenti o pensionati, senza la necessità di porre in essere tutte le procedure previste in caso di lavoro subordinato, ma limitandosi a corrispondere al lavoratore un buono prepagato per ogni ora di lavoro effettivamente svolta, comprensivo degli oneri sociali ed assicurativi.

Unica incombenza a carico del datore di lavoro, preventivamente registratosi in appositi archivi, è quella di comunicare all'INAIL i nominativi che intendono impiegare. Ogni voucher (da ritirare presso l'INPS) ha il valore nominale di 10 euro comprensivo di retribuzione oraria, contribuzione previdenziale e antinfortunistica e di un rim-

borso spese per l'INPS. L'iniziativa si inserisce nella campagna di "emersione dal sommerso", offrendo concreti vantaggi per datori di lavoro e lavoratori: per i primi il vantaggio di operare nella legalità, senza però un contratto vincolante; per il lavoratore la possibilità di integrare le sue entrate con un compenso libero da imposte fiscali ma con tutte le coperture previdenziali e assicurative.

Il successo ottenuto da questa prima fase di sperimentazione ha consentito l'estensione del voucher a tutte le attività agricole stagionali: lo ha comunicato la direzione generale dell'INPS con l'emanazione di una circolare (n. 94 del 27.10.2008), con la quale ha fornito dettagli operativi per l'utilizzo del lavoro occasionale di tipo accessorio per tutte le attività agricole e non più solo per la vendemmia.

Concordi le associazioni agricole nel considerare positiva l'estensione dei voucher a tutte le attività stagionali, a dimostrazione di come il lavoro occasionale di tipo accessorio non abbia alcun effetto distruttivo per il mercato del lavoro agricolo, rappresentando invece uno strumento utile per favorire una regolazione trasparente di rapporti di lavoro che rischierrebbero di rimanere sommersi.

Tuttavia sul voucher non si riscontrano solo commenti positivi.

Secondo Fabrizio Marzi - enologo e responsabile della cantina Travaglino - la vendemmia è un lavoro particolare, che si svolge in un lasso di tempo molto ristretto e le cantine più piccole (che non sono attrezzate con un personale fisso) preferiscono ricorrere al sommerso.

"Persino quest'anno l'abitudine al lavoro nero non è stata abbandonata, malgrado siano stati distribuiti i voucher: lo scarso successo dei voucher in alcune realtà oltrepadane - precisa Marzi - è semplicemente dovuto al fatto che il settore agricolo è un settore difficile da burocratizzare, in cui tante cantine sono in grado di superare l'ostacolo perché si affidano a storici vendemmiatori stagionali (in



regola) in grado di assicurare un alto standard professionale."(da Corriere.it)

Dello stesso tenore il commento del direttore del Consorzio dell'Oltrepò, Carlo Alberto Panont: "In Oltrepò di studenti e pensionati neanche l'ombra. Forse perché non interessati a operazioni che in aziende più grandi possono durare anche due mesi. Quella del voucher è sicuramente un'ottima idea, ma va rivista in qualche aspetto e forse estesa anche al personale extracomunitario: oggi tra le vigne lavorano soprattutto romeni e polacchi. Basti pensare che abbiamo creato addirittura uno sportello di reclutamento in Polonia per sopperire alla cronica mancanza di personale." (da Il Sole 24 Ore).

Ma, come qualsiasi novità o sperimentazione, ha bisogno del suo tempo per essere compresa e applicata dagli operatori del settore, non ci resta che aspettare - non senza un pizzico di curiosità - la prossima annata.

Vendemmia vuole anche dire parlare di futuro e di speranze per l'Oltrepò Pavese. E come si presenta oggi il futuro dell'Oltrepò Pavese?

Il binomio è semplice: Oltrepò Pavese uguale a Pinot Nero.

Un territorio, che - già dalla sua conformazione geografica a forma di grappolo d'uva - esprime il senso pieno dell'amore per la viticoltura e per le qualità di grande pregio, una su tutte il Pinot Nero.

Da oltre 150 anni in Oltrepò si coltiva il Pinot Nero: non esiste in altre parti d'Italia una zona che possa vantare storicamente un legame con questo vitigno così consolidato nel tempo ed una tale estensione di vigneti coltivati a Pinot Nero quanto l'Oltrepò Pavese (circa 3000 ettari).

Con il riconoscimento della D.O.C.G. Oltrepò Pavese Metodo Classico, il Pinot Nero è salito nell'olimpo dei vini spumanti d'eccellenza, e a fine 2009 entrerà sul mercato con la prima annata, il 2007.

La "S" di Spumante Metodo Classico può affiancarsi con onore alla "C" di Champagne, e l'Oltrepò Pavese potrà brindare a questo importante traguardo vestito di nuovo, o meglio, vestito di rosa. Infatti, la fine del 2009 vedrà la nascita del Cruasè - il "classico in rosa" - un marchio collettivo di proprietà del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, che identifica vini spumanti ottenuti esclusivamente da uve Pinot Nero vinificate in rosa con il metodo classico.

Cruasè significa "selezione naturale Pinot Nero Rosè", naturale perché - pigiando un grappolo di pinot nero - naturalmente ne fuoriesce un mosto rosa, che sapientemente elaborato può diventare un vino prestigioso.

Questo è il prossimo asso nella manica che intende giocarsi l'Oltrepò Pavese, candidandosi così a diventare il centro "rosè" delle bollicine lombarde e, perché no, italiane.

Riso: il 2009 è l'anno del riscatto

nostro servizio

Il 2008 è stato un anno eccezionalmente complesso per l'economia, l'agricoltura e la coltura del riso in particolare ne hanno inevitabilmente risentito. Nel corso dell'anno si è parlato anche di "rivoluzione nei campi" cioè di una profonda metamorfosi nel paesaggio rurale con una diminuzione delle zone dedicate al riso e una crescita delle coltivazioni di mais e di altri cereali. Di fronte a questa possibilità l'Ente Risi nel marzo 2008 aveva diramato un comunicato in cui si sottolineava come la produzione italiana di riso fosse notevole, ma ancora insufficiente a soddisfare i consumi, e si esprimeva sincera preoccupazione per la tendenza prevista alla riduzione delle superfici seminate a riso. La scorsa primavera, infatti, le prime stime sulle semine già indicavano che gli agricoltori italiani si stavano orientando in numero significativo verso la semina di altri cereali, quali il mais e il grano tenero. Una scelta motivata innanzitutto dai prezzi del mais che sono stati per mesi in forte aumento a causa della scarsità di offerta rispetto alla domanda mondiale, e ben più interessanti rispetto ai listini del riso. L'appello di Ente Risi è senza dubbio servito a ricordare a tutti gli agricoltori che la possibilità di collocamento del prodotto è assicurata ed esistono ampi margini per espandere la produzione a prezzi remunerativi. Va rilevato infatti che il mercato del riso sta sviluppando un trend molto particolare: nell'Unione Europea la domanda è in costante crescita, per l'aumento dei consumatori europei ma anche per la presenza di gruppi etnici di immigrati che lo pongono al centro della propria dieta, mentre l'offerta è in calo. La filiera italiana mantiene la leadership in

Difendere una cultura

"Nel 2008 la diminuzione del prezzo del riso e il fatto che frumento e mais abbiano mantenuto prezzi interessanti - spiega **Giovanni De Sigis** di Confagricoltura e consulente dell'Ente Risi - ha portato molti agricoltori della provincia di Pavia a scegliere di fare rotazione e spostarsi su colture più remunerative. Nel frattempo però i prezzi del frumento e del mais hanno avuto un vero e proprio crollo, la previsione quindi per il 2009 è che la produzione torni a risalire. Quello che manca nel nostro settore è una programmazione e, forse per colpa un po' di tutti, non si è mai arrivati a un coordinamento tra agricoltori e industria, non si è mai realizzata la cosiddetta filiera corta. Questo significa che l'agricoltore non sa, una volta che il prodotto arriva sul mercato, quale sarà il prezzo e la quantità richiesta. E' un po' una roulette, una scommessa fatta a inizio stagione che può andare bene, ma a volte finisce anche male. Inoltre il riso non è una coltura che genera significative economie di scala e quindi anche l'aumento di produzione e di ettari coltivati è spesso proporzionalmente poco remunerativo".

"Un altro particolare su cui forse c'è carenza è la cultura del prodotto - prosegue De Sigis - le varietà tipiche del nostro territorio, quelle dette di tipo lungo A, sono qualità che spesso non sono conosciute ed apprezzate per le loro specificità. La diffusione di risi che non scuociono ha senza dubbio contribuito alla progressiva scomparsa di questa cultura del sapore. Oggi il riso viene definito per il suo condimento e la qualità dei chicchi è messa in secondo piano. Sarebbe necessario che la gente comprendesse che il prodotto italiano rispetta severe regole di qualità ed igiene e che queste caratteristiche rappresentano un valore aggiunto. Allo stesso modo il consumatore dovrebbe sapere quando il riso che compra non è prodotto in Italia attraverso un'apposita indicazione".

Ottime prospettive di crescita, ma attenti alle varietà

Per **Roberto Carriere**, direttore dell'Associazione Industrie Risiere Italiane, la diminuzione di superficie coltivata a riso è stata una delle caratteristiche più evidenti del 2008: "Questa tendenza - spiega - è stata più accentuata in provincia di Pavia che in provincia di Vercelli, essenzialmente perché il vercellese è un territorio più a monocultura rispetto alla provincia di Pavia. Le variazioni dei prezzi hanno portato a un prezzo di mais e frumento maggiore di quello del riso, un fatto assolutamente insolito dato che il riso è una coltura molto più impegnativa e costosa. Di fronte a questo, gli agricoltori che hanno potuto hanno approfittato per fare una rotazione colturale. Un'altra variazione importante ha coinvolto le varietà di riso, molti produttori hanno deciso di passare dalle varietà da interno (risi lunghi A di tipo japonica) a i risi lunghi B di tipo indica che offrono rese maggiori".

Ci sono però ottime previsioni per il 2009: "Questa tendenza nell'anno in corso è destinata a cambiare - dice Carriere - nel 2008 abbiamo avuto infatti un rialzo tardivo del prezzo del riso, avvenuto dopo la semina, seguito da un calo e in queste settimane da una nuova ripresa. Mais e grano invece dopo i buoni prezzi all'inizio della passata stagione sono crollati. L'aspettativa dunque, messa in luce anche da un recente incontro di filiera svoltosi al ministero per le Politiche Agricole, è che il 2009 possa rappresentare un anno record per la produzione, facilitato dai prezzi, ma anche dalla presenza dell'acqua che quest'anno non mancherà di certo. L'Ente Risi ha appositamente organizzato quattro giornate nelle province risicole per incontrare i produttori e per invitarli a incrementare le produzioni. Gli obiettivi del settore infatti dovrebbero essere innanzitutto un aumento progressivo delle coltivazioni a riso. Secondo le stime l'Italia può raggiungere i 260.000 ettari di coltivazione, senza che questo intacchi le quote di importazioni obbligatorie previste dagli accordi commerciali internazionali del WTO. 260.000 ettari sono l'estensione totale massima di tutti i terreni coltivati a riso, anche in epoche diverse. Abbiamo quindi ancora un notevole margine di crescita. In secondo luogo è necessario però mantenere viva la molteplicità delle varietà prodotte, curando in particolare la qualità da interno o japonica. Per questa tipologia la produzione italiana non è sottoposta alla concorrenza internazionale, ma può influenzare direttamente il prezzo del mercato, mentre per i risi di tipo indica il mercato è internazionale e quindi c'è più spazio, ma anche molta più concorrenza. Sono tutte variabili che vanno prese in considerazione quando si cerca di attuare politiche di filiera. Oltre alle regole dettate dal mercato, vanno quindi compiute delle scelte che portino sì all'incremento delle coltivazioni, ma con grande attenzione alla salvaguardia dei gruppi varietali".

Riso pavese in vetrina a "Olioliva"

La filiera agroalimentare rappresenta una delle più consolidate realtà nell'economia del territorio della provincia di Pavia. Già da qualche anno l'Autunno Doc, manifestazione organizzata dalla Camera di Commercio, ha varato gemellaggi con altre fiere di settore italiane per dare visibilità alle specialità pavese e lombarde in altre regioni italiane, ma anche per permettere ai pavesi di conoscere i prodotti tipici della nostra penisola.

Nel corso della passata edizione dell'Autunno Doc è nato un gemellaggio con Imperia, patria dell'olio ligure e delle olive taggiasche e come Pavia ai primi posti nel panorama nazionale per la qualità dei suoi prodotti. Il sodalizio ha comportato la presenza di Imperia e del suo olio durante l'Autunno Doc, mentre Pavia ha partecipato a fine novembre alla tradizionale manifestazione Olioliva nel capoluogo ligure con il riso.

Olioliva è una grande kermesse definita la "festa dell'olio nuovo", giunta nel 2008 alla sua ottava edizione, che si svolge proprio nei giorni in cui l'olio esce fresco dal frantoio. Gemellaggi come questo contribuiscono a valorizzare e promuovere i prodotti di eccellenza in contesti e con abbinamenti inediti, promuovendo, allo stesso tempo, le aziende pavese che fanno dell'eccellenza e della qualità il loro punto di riferimento. E la Camera di Commercio è al fianco delle sue aziende nella promozione sui mercati.



Europa, ma per rispondere all'incremento dei bisogni sarebbe necessario produrre almeno il 12% in più; in particolare cresce la domanda per le varietà lunghe consumate come contorno e richieste dai mercati del nord Europa e di alcuni risi come il Baldo, molto diffuso in Turchia. I primi dati relativi al 2008 mostrano che le preoccupazioni dell'Ente Risi non erano affatto infondate: la produzione del riso italiano ha registrato una diminuzione del 10% rispetto all'anno precedente. Si registra la crescita di cereali come orzo, mais e grano tenero. Complessivamente sono stati coltivati a risaia 224.198 ettari contro i 232.549 del 2007, con un calo di 8.351 ettari, verificatosi soprattutto in Lombardia. Complessivamente la produzione di risone si attesta a 1.388.927 tonnellate. Secondo i dati diffusi da Ente Risi anche sul piano qualitativo si registra una leggera flessione: la resa media alla lavorazione è del 63%, contro

il 64% dello scorso anno. Il principale imputato di questa diminuzione è il clima: una primavera rigida ha rallentato la germinazione, le piogge successive hanno ostacolato il diserbo, le grandinate d'autunno hanno completato l'opera, ma a indebolire la campagna è stata soprattutto l'umidità della stagione estiva, che ha favorito gli attacchi fungini. Sul piano delle varietà a fare le spese di questa drastica diminuzione sono soprattutto le varietà da interno, ovvero i risi tradizionali da risotto che nel raccolto 2008 sono in caduta: l'Arborio scende del 23,58%, il Carnaroli del 22,69%, il Roma del 21,15% e il Baldo del 18,42%. Aumentano invece i risi lunghi B di tipo Indica. In diminuzione anche i risi tondi e da parboiled. Per quanto riguarda la provincia di Pavia si è assistito secondo i dati (ancora non definitivi) pubblicati dall'Ente Risi a una diminuzione delle superfici coltivate da 82.496 ettari a 78.307 ettari, un calo del 5,08%. Percentualmente il decremento coinvolge maggiormente il territorio del Pavese dove le superfici sono passate da 18.804 a 17.036 ettari (-9,41%), rispetto alla Lomellina che ha diminuito del 3,80% i

campi vocati a riso (da 63.691 ha a 61.270 ha).

Ma per il 2009 si annuncia già una repentina inversione di tendenza: i prezzi di grano e mais dopo l'impennata di inizio 2008 sono crollati, mentre quelli del riso dopo diverse fluttuazioni sono tornati a salire. Nell'anno in corso l'incognita è rappresentata dal mercato, è possibile che la crisi economica porti come conseguenza una crisi dei consumi da parte delle famiglie anche per il comparto alimentare. Ma l'imprevedibile evoluzione del prezzo degli ultimi sei mesi per i cereali non consente di fare previsioni attendibili.

Il nuovo anno porterà in Italia una produzione in crescita, rimangono però sul tavolo le politiche di filiera che consentano di calibrare il mercato in base alle necessità, mantenendo vive, nei campi, come sulle tavole degli italiani, le tipologie di riso caratteristiche delle nostre terre e fiore all'occhiello del nostro patrimonio agroalimentare.

Nel 2008 c'è stata una diminuzione nella produzione italiana del riso. Si prevede un incremento nel 2009, ma la crisi dei consumi resta un'incognita per il futuro. Servono nuove politiche di filiera

Paviasviluppo

Edilbiotecno, una fiera a "impatto zero"

Torna a Pavia l'evento fieristico centrato sul tema dell'abitare "bio". Dopo gli ottimi risultati delle prime tre edizioni, che hanno visto la partecipazione di numerosi operatori del comparto e suscitato l'interesse delle istituzioni locali e dei media, PaviaSviluppo, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, in collaborazione con CNA Pavia, organizza la 4ª edizione di Edilbiotecno, il salone dedicato ed esaltare il rapporto tra l'ambiente in cui si vive e la salute ed il benessere dell'uomo. Dal 22 al 25 maggio 2009, il Palazzo Esposizioni di Piazzale Europa a Pavia si trasformerà in un'oasi biocompatibile, grazie anche all'accordo perfezionato nei giorni scorsi con LifeGate, media partner di Edilbiotecno 2009. Avere un'azienda come LifeGate quale partner significa scegliere una via di sviluppo e di organizzazione particolari, significa condividere una filosofia che fa della tutela ambientale e della valorizzazione ecologica una possibilità di crescita. In altre parole: è possibile immaginare un tipo di economia (e dunque un tipo di business) che non sperperi le risorse del pianeta? È possibile re-impostare, in tutto o in parte, il sistema capitalistico in modo che i nuovi beni (come l'aria, l'acqua, l'ambiente, il territorio...) siano al centro del fare impresa? Edilbiotecno cerca da qualche anno di dimostrare che a queste domande sia possibile dare una risposta assolutamente positiva.

Per questo motivo, l'edizione 2009 di Edilbiotecno sarà interamente realizzata a "impatto zero", cioè in modo completamente eco-compatibile.



È la prima manifestazione in Italia, nel campo dell'edilizia, che viene realizzata ad "impatto zero". Ma che cosa significa "impatto zero"? Significa che, con uno studio certificato da parte di LifeGate (con l'ausilio di analisi specializzate e di professionalità accademiche) effettuato sul progetto e sulle fasi di lavoro e costruzione, si può calcolare la quantità di kilowatt e di emissioni di CO2 che lo spazio espositivo richiede per essere realizzato, in aggiunta all'utilizzo di energia elettrica, di carta e di inchiostro e piombo per i materiali pubblicitari e per lo svolgimento delle funzioni burocratiche, alle persone che vi lavorano, all'emissione di onde elettromagnetiche tramite i telefoni cellulari e così via.

È possibile oggi, con un grado di precisione piuttosto raffinato, stabilire quanto consumo di risorse richieda, per esempio, la realizzazione di uno stand o di un'area fieristica intera (come nel caso di Edilbiotecno) e il valore di inquinamento generato. In seguito si calcola come esso possa essere ripianato piantumando in alcune aree del pianeta particolarmente critiche o in aree protette (come per esempio il Parco del Ticino), un numero di alberi tali per cui si pareggino le emis-

sioni di CO2 causate dalla realizzazione dell'evento complessivo. Tra gli appuntamenti del salone, vi sono diversi convegni su temi legati alla bioedilizia, organizzati da Cna, in collaborazione con l'Università di Pavia. Tra gli incontri, segnaliamo, domenica 24 maggio, un convegno con la presenza di Marco Roveda, fondatore di LifeGate, sul tema della possibilità di creare business nel rispetto e nella valorizzazione dell'ambiente. Tornando al tema centrale di Edilbiotecno, quello della conservazione ambientale, si può dire che sia certamente uno dei più declinati e su cui ricade la sensibilità maggiore delle persone. Infatti, adottando materiali biocompatibili, vernici ad acqua, mobili di legno massiccio assemblati con collanti non inquinanti, pavimenti di legno o piastrelle, tendaggi in tessuti naturali, salotti imbottiti con fibre naturali e quant'altro, si può migliorare la vita all'interno della propria abitazione ma anche ottenere rilevanti risparmi energetici. In questa edizione con le due aree "innovazione", una riservata alle imprese edili, impiantistiche e domotiche, l'altra alle aziende che trattano accessori e complementi d'arredo in versione bio, si aprirà una terza 'piazza', riservata alla presentazione di progetti di restauro e recupero conservativo condotti da aziende artigiane specificatamente qualificate. Saranno poi invitate a partecipare le imprese artigiane territoriali del comparto, con particolare attenzione al coinvolgimento delle aziende produttrici, riferimento per il mercato regionale della progettazione e realizzazione di opere ad alto contenuto bio-conservativo.

Dal 22 al 25 maggio, al PalaExpo il salone dedicato alla bioedilizia. Media partner sarà LifeGate, grazie al quale la manifestazione ripianerà le proprie emissioni di CO2 ripiantumando il Parco del Ticino

Novità dalla Camera

Finanziamenti innovazione ed e-mail certificata

Finanziamenti nei servizi innovativi alle imprese

E' aperto dal 3 marzo 2009 il bando per la nascita e il consolidamento di imprese di servizi innovativi, finanziato nell'ambito dell'Accordo di Programma fra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo e pubblicato sul Bollettino Ufficiale Regione Lombardia n. 6 del 9 febbraio 2009.

Le risorse disponibili sono pari a 3.330.000 euro.

Il contributo è concesso nella misura massima del 60% delle spese ammissibili del progetto, suddiviso in 40% a fondo perduto e 20% a rimborso, nei limiti previsti dal Regolamento (CE) n. 1998/2006.

Il bando si chiuderà il 28 maggio 2009.

Per le micro, piccole e medie imprese della provincia di Pavia sono a disposizione 300 mila euro, di cui 150 mila sulla misura A "Sostegno alla creazione di nuove imprese di produzione di servizi innovativi" e 150 mila sulla misura B "Sostegno all'aggregazione di imprese per la produzione di servizi integrati".

Il bando e le istruzioni per compilare la domanda sono scaricabili dal sito internet: www.pv.cam-com.it > Finanziamenti

5 milioni di euro per l'innovazione nelle biotecnologie

Il Ministero dello Sviluppo Economico mette a disposizione 5 milioni di euro, a valere sul FIT (Fondo per l'Innovazione Tecnologica), per promuovere progetti transnazionali di innovazione industriale in tutti i campi applicativi delle biotecnologie.



Il bando si rivolge alle piccole e medie imprese e sostiene progetti di ricerca applicata e sviluppo sperimentale realizzati in collaborazione con altre imprese (anche di grandi dimensioni) e organismi di ricerca, di altri Paesi europei.

Il bando, nella consapevolezza che la competitività delle imprese in questo settore si gioca su scala almeno continentale, nasce infatti dal coordinamento tra diversi Paesi e Regioni europee nell'ambito dell'iniziativa Eurotrans-bio e richiede la collaborazione tra almeno 2 imprese di nazionalità diversa.

I Paesi e le Regioni partecipanti all'iniziativa, oltre all'Italia, sono: Austria, Finlandia, Francia, Germania, Paesi Bassi e Ungheria, e Regioni delle Fiandre e della Vallonia (Belgio) e dei Paesi Baschi, della Catalogna e di Madrid (Spagna).

Il bando è aperto dal 7 gennaio 2009.

La scadenza per la presentazione dei progetti è il 27 aprile 2009.

Per le micro, piccole e medie aziende della provincia di Pavia sono a disposizione 300 mila euro, di cui 150 mila per il sostegno alla creazione di nuove imprese di produzione di servizi innovativi

Maggiori informazioni sono disponibili in italiano nella pagina dedicata al bando Eurotrans-bio: http://www.riditt.it/page.asp?page=bando_etb_4thcall.

Per informazioni:

RIDITT - Rete Italiana per la Diffusione dell'Innovazione e il Trasferimento Tecnologico alle imprese. Istituto per la Promozione Industriale (IPI)
Viale M. Pilsudski, 124 - 00197 Roma. E-mail: info-etb@riditt.it. Tel. 06 80972517.

Posta Elettronica Certificata

E' entrato in vigore il 29 novembre 2008 un nuovo decreto legge (n. 185/2008) che impone alle società di comunicare al Registro delle Imprese il proprio indirizzo di posta elettronica certificata (PEC). Le società costituite dal 29 novembre 2008 in poi devono assolvere a questo obbligo di legge nel momento in cui chiedono l'iscrizione nel Registro delle Imprese.

Le società già costituite alla data del 29 novembre 2008 e già iscritte devono comunicare la loro PEC entro 3 anni.

In questo caso la comunicazione del solo indirizzo di posta certificata è gratuito, compilando il modello S2 riquadro 5.

La mancanza della PEC nella richiesta di iscrizione degli atti costitutivi comporta la sospensione della pratica telematica, ed eventualmente il suo rifiuto.

La posta elettronica certificata è uno degli strumenti necessari per l'attuazione della Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa ed è facilmente acquistabile online da un gestore abilitato dal CNIPA (www.cnipa.it).

Novità dalla Camera

Premio impresa di successo e corsi di formazione

Ha preso il via il 3 febbraio 2009 il concorso Premio Impresa di successo dedicato alle 36 storie lombarde di impresa più meritevoli per essersi distinte nell'avvio e nella gestione dell'azienda.

L'iniziativa è promossa da Regione Lombardia, Unione delle Camere di Commercio della Lombardia, Formaper - Azienda speciale della Camera di Commercio di Milano, Assolombarda, Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle professioni della provincia di Milano ed è indetta dal Comitato Punto Nuova Impresa.

Il concorso è aperto ad imprenditori utenti degli sportelli Punto Nuova Impresa lombardi, di tutti i settori economici che abbiano questi requisiti:

- imprese nate successivamente al 1° settembre 1994 ed attive da almeno 5 anni alla data di presentazione della domanda, con sede legale e operativa in Lombardia
 - imprese che abbiano usufruito dei servizi Punto Nuova Impresa
 - imprese che siano in regola con i pagamenti dei diritti camerali.
- Per impresa di successo si intende quella realtà imprenditoriale che si è particolarmente distinta nel corso degli anni in termini di:
- sviluppo aziendale
 - innovazione
 - strategie di internazionalizzazione
 - presenza femminile e di giovani nella compagine societaria e/o tra i dipendenti
 - attuazione di progetti di salvaguardia ambientale e/o valorizzazione culturale dei territori di riferimento.
- Saranno premiate 12 imprese di

successo, una per ogni provincia lombarda, con un riconoscimento in denaro di 5 mila euro. In più, ogni Camera di Commercio provinciale metterà a disposizione 24 premi, che consisteranno in pacchetti voucher per l'acquisizione di servizi reali (formazione, assistenza personalizzata, consulenza, ecc..) pari al valore di:

- 3 mila euro alle seconde classificate
- 2 mila euro alle terze classificate

per lo sviluppo di progetti di crescita dimensionale, innovazione, internazionalizzazione.

La domanda di partecipazione al concorso dovrà pervenire in busta chiusa con l'indicazione Concorso Punto Nuova Impresa - Premio Impresa di successo alla Azienda Speciale/Camera di Commercio della provincia corrispondente alla sede operativa dell'impresa entro le ore 12.00 del 20 marzo 2009.

Le domande saranno esaminate dalla Camera di Commercio/Azienda Speciale della provincia in cui si trova la sede operativa dell'impresa, che procederà alla fase di istruttoria verificandone i requisiti formali e l'ammissibilità. Successivamente, le candidature ritenute ammissibili saranno valutate da un'apposita Commissione regionale per la selezione delle Imprese vincitrici del concorso e l'attribuzione dei premi. A tutte le 36 imprese lombarde premiate sarà garantita ampia visibilità, attraverso iniziative di comunicazione e pubblicizzazione dell'iniziativa. Informazioni: www.pv.camcom.it.

Orientamento e formazione

Punto Nuova Impresa, sportello gratuito di orientamento al mettersi in proprio dal 1994, operante presso Paviaviluppo, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia originata dalla razionalizzazione funzionale ed organizzativa di Paviaform e Paviamostre, organizza per i mesi di maggio e giugno 2009 queste iniziative:

Imprenditori oggi

Il seminario di orientamento è gratuito e previsto per il giorno 14 maggio 2009 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 presso la sede della Camera di Commercio di Pavia - Via Mentana, 27 - Sala Consiliare.

L'iniziativa è rivolta ad aspiranti imprenditori, che sono in procinto di avviare un'attività d'impresa o stanno valutando seriamente la possibilità di mettersi in proprio.

Crea la tua impresa in provincia di Pavia

Il corso di formazione della durata di 35 ore si terrà nei giorni 20-28 maggio e 4-11-18 giugno 2009 dalle ore 9.15 alle ore 17.15 presso la sede della Camera di Commercio di Pavia - Via Mentana, 27 - Sala Biblioteca.

Il corso è rivolto ad aspiranti imprenditori, che sono in procinto di mettersi in proprio o a neo-imprenditori che vogliono redigere il loro "business plan" o piano di impresa.

Gli argomenti che verranno trattati nel corso delle 5 giornate sono: il piano d'impresa, le forme giuridiche, ricerca e definizione del mercato, il piano di marketing e le previsioni economico-finanziarie.

Il corso prevede una quota di partecipazione individuale di 100,00 euro + IVA (20%).

Paviaviluppo organizza anche iniziative brevi di aggiornamento per imprenditori, dipendenti e collaboratori.

Ecco i corsi in programma nella stagione primaverile:

- La norma UNI ISO 10014:2007 (27 marzo 2009)
- Il controllo di gestione (30 marzo - 3 aprile 2009)
- La nuova norma ISO 9001:2008 (15 aprile 2009)
- Amministrazione del personale (21 e 28 aprile 2009)
- Controllo e gestione degli stock (21 maggio 2009)

Le brochure dei corsi possono essere scaricate dal sito www.pv.camcom.it > Formazione e orientamento.

Verso l'Expo 2015

Il tavolo di coordinamento come luogo per i progetti

L'Expo Universale di Milano 2015 rappresenterà il punto di arrivo di un percorso di sei anni di preparazione, che vedrà necessariamente coinvolto tutto il territorio regionale. Le opportunità produttive, occupazionali e di investimento collegate svolgeranno non solo una decisa funzione anticiclica nell'attuale momento di recessione economica, ma consentiranno soprattutto a Milano e al suo territorio di riposizionare la propria percezione internazionale, rinnovandosi sul piano urbanistico e potenziando nuove aree di specializzazione.

Tutto il territorio lombardo e in particolare quello situato in prossimità dell'area espositiva, sarà coinvolto: la capacità di iniziativa dei sistemi locali sarà sicuramente premiante. Consapevoli delle potenzialità che il territorio pavese può mettere a disposizione per contribuire a una migliore riuscita della manifestazione, la Provincia di Pavia e la CCIAA hanno tempestivamente costituito un Tavolo di coordinamento per l'Expo, che da sei mesi riunisce periodicamente le principali realtà istituzionali, imprenditoriali, culturali accademiche e scientifiche per elaborare una proposta condivisa rivolta ai soggetti organizzatori. Un vero e proprio programma di valorizzazione del sistema economico pavese, articolato in undici punti, finalizzato a presentare l'eccellenza del territorio, sempre però in una logica "di servizio" nei confronti dell'Expo e dei soggetti organizzatori.

In primo luogo, il Dossier si propone di evidenziare l'offerta turistica e ricettiva dell'area, che già il progetto di candidatura aveva valutato necessaria per ospitare i 190.000 turisti giornalieri che si prevede



pernotteranno mediamente sul territorio. La sfida sarà quella di creare percorsi e prodotti turistici da proporre ai visitatori dell'Expo, studiando anche dei meccanismi di incentivo per il settore alberghiero (attraverso leggi di sostegno esistenti e possibili modifiche da proporre in Regione). Inoltre, nel cartellone ufficiale degli eventi targati Expo, si cercherà di far inserire anche delle manifestazioni pavese, sia nella fase di preparazione della kermesse mondiale, sia nel programma degli eventi dal 1 maggio al 31 ottobre 2015. Si tratta in primo luogo di quelle manifestazioni ricorrenti, che hanno già maturato un livello di visibilità significativo a livello regionale e nazionale, ma anche di eventi organizzabili ad hoc, compresa la possibilità di ospitare un Forum tematico sul nostro territorio.

Parallelamente, si intendono valorizzare i prodotti enogastronomici, la ristorazione e le filiere produttive di eccellenza che operano in Provincia, sia per favorire la cooperazione internazionale con i paesi potenzialmente partecipanti, sia per rappresentare, in sede Expo, le esperienze di "best practice" che possono essere prese a riferimento. Verranno anche censite le attività di ricerca e formazione sui temi di Expo promosse in ambito universitario (progetti di formazione inseribili nell'offerta formativa di Milano 2015 e progetti di eccellenza sanitaria). Punto qualificante del programma saranno le opportunità di collaborazione per il tessuto imprenditoriale della nostra provincia con la Società di Gestione dell'Expo: la Camera di Commercio di Pavia intende proporre la creazione di strumenti informativi che mettano le imprese del territorio in condizione di conoscere tempestivamente le opportunità di collabo-

razione per lavori, forniture e servizi con la Società Milano Expo 2015, attraverso il coinvolgimento delle associazioni di categoria.

Ma Expo significa anche paesi stranieri partecipanti, ed ecco che allora saranno presentate anche opportunità di collaborazione per il tessuto imprenditoriale ed accademico del nostro territorio con i paesi partecipanti, censendo quelli di maggiore interesse per le aziende (quota di import/export, cooperazione tecnologica, flussi turistici, ecc.). Di particolare interesse potrà essere la disponibilità di strutture logistiche sul territorio (interporti, piattaforme logistiche e di stoccaggio merci, aree parcheggio, ecc.), tenuto conto delle forti necessità di movimentazione merci che l'allestimento e la gestione dell'Expo comporteranno.

Giova infine ricordare l'iniziativa, coordinata dalla Regione Lombardia, finalizzata a costruire un Accordo Quadro di Sviluppo Territoriale che, attraverso risorse aggiuntive, individuerà i progetti strategici collegabili all'Expo da cofinanziare. Anche in questo ambito, il Tavolo "Pavia per l'Expo 2015" rappresenta un utile momento di confronto per avviare una riflessione strategica sulle priorità infrastrutturali e logistiche da proporre alla Regione per l'inserimento nell'AQST. Il Tavolo inaugura quindi un metodo di lavoro replicabile in futuro anche su altri temi strategici per il territorio e rappresenta, già sei anni prima della manifestazione, un piccolo ma significativo elemento di eredità dell'Expo, almeno in termini di prassi amministrativa, di cui tutti i soggetti partecipanti potranno beneficiare.