



Innovazione tecnologica: i progetti del 2005

Se un sistema economico vuole crescere, svilupparsi, mantenere il passo con i tempi e i mutamenti sociali, l'innovazione è indispensabile. Non è un'opzione, né un possibile percorso: è la strada maestra. Innovazione vuol dire capire l'oggi per prevedere il domani e farsi trovare sempre preparati alle sfide del futuro.

La Camera di Commercio di Pavia accompagna ai suoi compiti istituzionali un'azione di stimolo, di guida e di sostegno alle imprese che scelgono di puntare sull'innovazione. In questo settore il ruolo della Camera negli ultimi anni è diventato più specifico e mirato, passando da piani di finanziamento a progetti ad ampio raggio atti a favorire l'ammodernamento di impianti e strutture, l'introduzione di nuove tecnologie, l'accesso al mercato globale. Vanno ricordati l'adesione al progetto "Mappatura della richiesta e dell'offerta di tecnologie", finanziato dalla Fondazione Cariplo e coordinato dall'Università di Pavia – Sportello Università Impresa e i corsi e le conferenze organizzati dall'azienda speciale Paviaform dedicati all'information technology e all'e-commerce. A ulteriore sviluppo di queste iniziative è la creazione di una biblioteca brevettuale, un centro PAT LIB (Patent Library), in grado di consentire l'accesso alle banche dati brevettuali internazionali, con un coordinamento a rete garantito dall'Ufficio Europeo dei Brevetti.

Ma senza dubbio il progetto più consistente per quest'anno è quello del Polo Tecnologico, approvato dalla Giunta Camerale lo scorso 13 dicembre, ma nato da un protocollo d'intenti firmato con il Comune, la Provincia e l'Università di Pavia nel dicembre del 2002. Il Polo Tecnologico nasce con l'intenzione di creare un luogo ideale per ospitare imprese innovative e accompagnarle con specifici servizi integrati nella loro fase di start up e crescita, grazie alla compresenza di ricercatori, imprenditori e manager.

I progetti e le iniziative in corso o in fase di studio sono comunque ancora molti, perché innovazione significa anche non fermarsi mai.

F

O

C

U

S

a cura di Epoché

Polo Tecnologico, il domani è REALTÀ

In un quadro nazionale e locale caratterizzato da una significativa contrazione degli investimenti e da diversi segnali recessivi, si pone, per il territorio pavese, il problema del consolidamento delle realtà aziendali, della loro tenuta e, soprattutto, della loro crescita nel tempo.

Inoltre, nel mercato sempre più globalizzato, caratterizzato da costante dinamismo e flessibilità organizzativa, è fondamentale che le PMI riconoscano l'importanza dell'innovazione e, attraverso l'adozione di soluzioni avanzate, riescano ad acquisire un concreto vantaggio competitivo nel proprio mercato di riferimento.

Se da un lato innovare il prodotto, e differenziarlo rispetto alla concorrenza, comporta l'ottenimento di maggiori quote di mercato, dall'altro innovazioni all'interno del ciclo produttivo generano un abbattimento dei costi e un conseguente aumento degli utili.

In particolare, le tecnologie telematiche rappresentano, in questo scenario, un fattore in grado di sostenere percorsi strategici innovativi, sia perché consentono alle imprese di posizionare in tempi brevissimi i loro prodotti sul mercato globale, sia perché favoriscono il contatto, il dialogo, lo scambio di saperi con attori diversi.

L'obiettivo fondamentale per le PMI di molti comparti economico-produttivi pavese, quindi, è quello di accrescere la propria competitività sviluppando tecnologie innovative attraverso le quali conseguire un vantaggio strategico che, tra l'altro, consenta loro di allacciare rapporti con le grandi imprese su un piano meno subordinato.

In quest'ottica, la Provincia, il Comune, l'Università degli Studi e la Camera di Commercio di Pavia, uniti dall'intento di rilanciare l'economia locale, sostenendone e valorizzandone lo sviluppo, il 6 dicembre del 2002 hanno sottoscritto un Protocollo d'intenti volto alla creazione di un Polo Tecnologico, un luogo ideale per ospitare imprese innovative e accompagnarle con specifici servizi integrati nella loro fase di start up e crescita.

Perché il Polo

Realizzare un contesto in cui esiste la vicinanza fisica tra ricercatori, imprenditori e manager, nonché la condivisione

di spazi, infrastrutture e laboratori, è di per sé condizione sufficiente per accelerare meccanismi di trasferimento di tecnologie e stimolare sinergie creative. Ciò consente di conferire un forte vantaggio competitivo alle imprese insediate e, di conseguenza, di favorire un futuro di sviluppo per tutta l'economia locale.

Con il Polo le imprese innovative avranno la possibilità di insediarsi in locali strutturalmente personalizzati in coerenza con le proprie specifiche esigenze funzionali, e il fatto stesso di avere la propria sede presso il Polo Tecnologico ne accrescerà la credibilità sul mercato e ne migliorerà l'immagine.

Inoltre il Polo offrirà l'opportunità di realizzare sinergie strategiche e gestionali, nonché di ampliare i rispettivi network di riferimento grazie alla facilità di rapporti con le altre imprese ospitate.

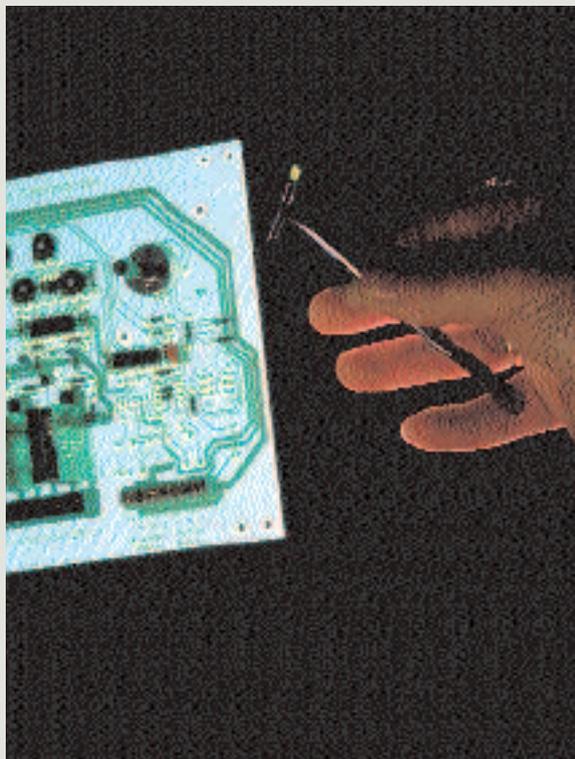
Le imprese interessate ad insediarsi all'interno del Polo Tecnologico dovranno rappresentare un elemento di originalità o innovatività nel tessuto delle imprese locali ed esprimere contenuti innovativi nel prodotto/servizio offerto e/o nel processo di erogazione. Sarà inoltre fondamentale che le imprese favoriscano lo sviluppo di un network con le altre realtà imprenditoriali presenti su tutto il territorio locale, e ne supportino lo sviluppo tecnologico.

Grazie al partenariato del Polo Tecnologico, rappresentativo di tutte le più qualificate autonomie funzionali e territoriali della provincia e delle associazioni imprenditoriali locali, tale iniziativa sarà in grado di

fare sistema sul territorio e di avviare le collaborazioni più opportune sul piano scientifico, istituzionale, finanziario, associativo e di assistenza tecnico-formativa.

Come sarà

La sfida strategica, innovativa a livello nazionale, che caratterizza il Polo Tecnologico di Pavia, è rappresentata dalla scelta di strutturarsi secondo un modello a rete integrato telematicamente e di sviluppare conseguentemente la propria azione in una logica di Polo Tecnologico "virtuale". La realizzazione del Polo, infatti, avverrà attraverso la progressiva acquisizione di immobili, tra loro indipendenti, da locare a imprese innovative, ed è quindi inevitabile il ricorso a



tecnologie avanzate per consentire un rapido ed efficace scambio di informazioni tra il "nodo" centrale originario e le sue sedi periferiche.

Il progetto prevede la costituzione di due distinte Società a Responsabilità Limitata (S.r.l.) pubblico-privata a prevalente capitale pubblico: una Società immobiliare, denominata Polo Tecnologico Investimenti, che si occuperà dell'acquisto e della ristrutturazione degli immobili che saranno utilizzati come sede del Polo Tecnologico, e una Società di gestione e servizi alle PMI, denominata Polo Tecnologico Servizi, che individuerà le imprese da ospitare e le supporterà nel processo di sviluppo attraverso l'erogazione di servizi quali assistenza tecnica, supporto alla diffusione dell'innovazione, sostegno alla ricerca applicata nelle PMI.

Entrambe le Società saranno gestite secondo rigorosi criteri di economicità e, dal punto di vista organizzativo, Polo Tecnologico Servizi supporterà Polo Tecnologico Investimenti, sempre secondo criteri di snellezza ed efficienza operativa.

Il progetto avrà inizio nel mese di marzo 2005 con la costituzione della Società Polo Tecnologico Investimenti che procederà all'acquisto dell'immobile che sarà la prima sede del Polo Tecnologico. Parallelamente alla fase di ristrutturazione dell'immobile verrà costituita la Società Polo Tecnologico Servizi che procederà alla selezione

delle prime imprese che si insedieranno nei locali a loro destinati.

Polo Tecnologico Investimenti

La Società immobiliare Polo Tecnologico Investimenti avrà un capitale sociale compreso tra 600.000 e 1.000.000 di euro provenienti da investitori pubblici (200.000 euro Comune, 200.000 euro Provincia, 200.000 euro Camera di Commercio di Pavia) e per l'eventuale parte restante da investitori pri-

vati e altri enti. La quota minima acquistabile dal singolo investitore per entrare a fare parte della compagine sociale è di 50.000 euro.

La Società si occuperà di individuare, acquistare e ristrutturare gli immobili sul territorio di Pavia, grazie al proprio capitale sociale, per poi adeguarli alle esigenze di personalizzazione delle singole imprese innovative locatarie, tenendo conto anche dei locali (circa 3.000 mq) che verranno acquisiti dalla riqualificazione dell'ex Marelli.

Polo Tecnologico Servizi

Anche la Società di gestione e servizi alle PMI sarà a prevalente capitale pubblico e il capitale sociale, di 120.000 euro, sarà conferito dagli stessi attori pubblici che fanno parte di Polo Tecnologico Investimenti, oltre

che dall'Università degli studi di Pavia e da altri soggetti privati o associativi provenienti dal mondo imprenditoriale. In questo caso la quota minima per la partecipazione alla Società è di soli 1.000 euro.

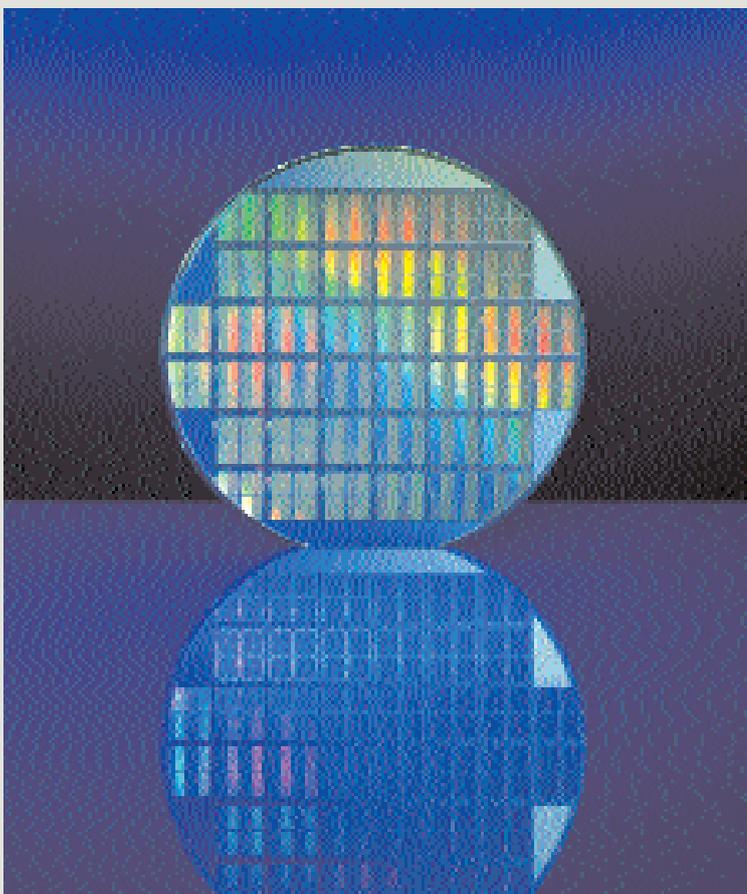
La Società si occuperà del reperimento e selezione delle imprese innovative da ospitare nel Polo Tecnologico secondo criteri predefiniti, e della locazione alle stesse degli spazi opportunamente attrezzati e tipizzati.

Attività fondamentale di tale società è quella di accompagnare le imprese ospitate

nella fase di avvio, fornendo loro una serie di servizi di supporto per facilitarne la crescita e l'integrazione nel mercato di riferimento. L'azione di Polo Tecnologico Servizi non si esaurisce nei confronti delle imprese ospitate, ma obiettivo di questa moderna Agenzia di servizi è quello di realizzare una forte interazione con le imprese del territorio, finalizzata alla diffusione nelle

PMI dell'innovazione di prodotto e di processo, per facilitare gli scambi di esperienze e le opportunità di collaborazione tra le stesse.

Il "nodo centrale" sarà collegato telematicamente con le altre sedi, creando così una rete virtuale in cui si mettono in comune le risorse. Previsti altri investimenti immobiliari oltre al ripristino della ex-Marelli



Il futuro guarda le PMI: un progetto lombardo

“Diffusione dell’innovazione tecnologica nelle piccole e medie imprese – Creazione rete Punti per l’Innovazione delle CCIAA lombarde”

Nel 2002 Unioncamere Lombardia ha avviato un progetto, cofinanziato dalla Fondazione CARIPLO, volto a fornire alle Camere di Commercio servizi informativi alle PMI nei percorsi di innovazione e trasferimento tecnologico. In particolare sono state realizzate attività di formazione e aggiornamento per tutti i funzionari camerali lombardi sui temi dell’innovazione e del trasferimento tecnologico e sui sistemi di Knowledge Management e la creazione di un sistema informativo di Knowledge Management suddiviso per aree tematiche specifiche per ogni territorio e accessibile a tutte le Camere di Commercio. Queste realizzazioni, e il know how generato, rappresentano la base operativa consolidata su cui è stato attivato un nuovo progetto di ampio respiro per attrezzare le Camere di Commercio a fornire servizi di supporto al trasferimento dell’innovazione tecnologica alle PMI. L’intenzione è quella di promuovere l’innovazione e il trasferimento tecnologico presso le PMI lombarde attraverso un ruolo attivo delle Camere di Commercio, che assicurano: servizi al territorio (monitoraggio delle esigenze delle imprese per iniziative rispondenti agli specifici bisogni, costruzione e animazione delle reti del territorio dei referenti locali per iniziative relative all’innovazione tecnologica), servizi alle imprese (technology Forecast, accesso a banche dati, opportunità di finanziamento, elenchi di strutture dedicate, osservatorio dei mercati), servizi d’incontro domanda offerta (diffusione delle competenze, matching domanda/offerta) e servizi di accompagnamento (audit tecnologici, tutoring).

Il progetto, che avrà una durata stimata di circa 12 mesi, si pone come obiettivo di strutturare all’interno delle Camere di Commercio competenze e sistemi operativi per il trasferimento tecnologico alle PMI del territorio, attraverso la creazione di una rete di “Punti per la tecnologia” attivi presso le Camere di Commercio lombarde. Si tratta di un sistema condiviso di conoscenze generali e specifiche che funzionerà tramite piattaforma di knowledge management che coinvolgerà una rete di professionisti appartenenti al personale camerale dedicato al servizio.

Descrizione del Progetto

Il progetto si articolerà in diverse fasi successive. La prima sarà dedicata alla progettazione e al coordinamento. Verrà attivato un gruppo di lavoro intercamerale che si occuperà per lo sviluppo e il monitoraggio del progetto.

La seconda fase, divisa in più moduli, provvederà all’implementazione del sistema di knowledge management (KM).

Il primo passo sarà la definizione degli obiettivi della struttura e delle modalità del sistema di KM. All’interno di ciascuna CCIAA verranno individuate le specializzazioni settoriali/tecnologiche che diventeranno nodi specialistici referenti per l’intera rete attraverso il sistema di KM. Verrà poi creato un modulo specialistico relativo ai brevetti e alla proprietà intellettuale nel sistema di KM.

Sarà necessario disporre una definizione del portafoglio servizi della rete Punti per l’Innovazione e una definizione della struttura e le modalità di erogazione delle prestazioni. Il personale coinvolto nel progetto sarà appositamente formato su modalità, contenuti e attività.

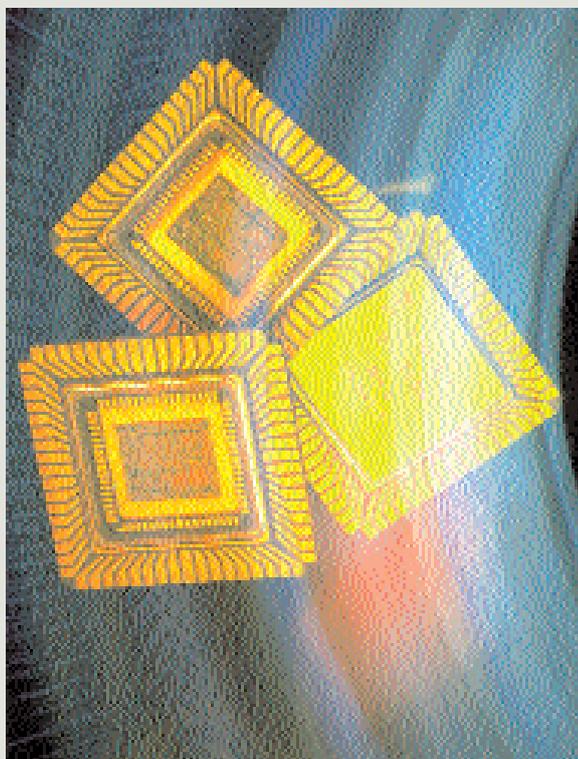
La terza e conclusiva fase del progetto prevede la Promozione dei Punti per l’Innovazione. Le Camere di Commercio lombarde e Unioncamere Lombardia promuoveranno i Punti per l’Innovazione e organizzeranno incontri sul territorio per sensibilizzare le aziende sui temi dell’innovazione e il trasferimento tecnologico.

I risultati

La messa in atto del progetto proporrà un modello di intervento delle CCIAA per supportare l’innovazione e il trasferimento tecnologico alle PMI, applicabile alle diverse CCIAA anche esterne alla Lombardia.

La progettazione e la realizzazione di un sistema di knowledge management, condiviso tra le CCIAA lombarde sarà usufruibile da altri soggetti interni e/o esterni al sistema camerale lombardo (es. altre CCIAA, Unioncamere Italiana,...).

Per valutare la funzionalità e la risposta a un servizio di questo tipo si potrà fare riferimento ad alcuni indicatori quali le Informazioni inserite nel KM, il numero di accessi al KM, il numero utenti utilizzatori del servizio e il numero di ore complessivo di formazione realizzate.



L'INNOVAZIONE A PAVIA

CAMERE DI COMMERCIO	Pavia
STRUTTURA INTERNA che si occupa di innovazione	<ul style="list-style-type: none"> • Euro Info Centre • Ufficio Brevetti • Ufficio Studi
AZIENDE SPECIALI che si occupano di innovazione	PAVIAFORM
CENTRI DI SERVIZIO SUL TERRITORIO che si occupano di innovazione	<ul style="list-style-type: none"> • ITIA CNR – Vigevano • CENTRO SERVIZI ALLE IMPRESE – Vigevano • CENTRO SERVIZI ORAFO – Mede • SPORTELLO INNOVAZIONE IMPRESE – Pavia • SPORTELLO UNIVERSITA' IMPRESE – Pavia • CENTRO RICERCHE SUL RISO – ENTE RISI – Castello d'Agogna • CENTRI DI SERVIZI INTERDIPARTIMENTALI UNIVERSITA' DI PAVIA • CELIT – Voghera • EC INFO POINT – Pavia • ERSAF – Riccagioia (Torrazza Coste)
PRINCIPALI PROGETTI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Protocollo d'Intesa e Verbale di Costituzione Comitato Promotore per la realizzazione di un Polo Tecnologico a Pavia. 2. Ricerca "Progetto di rilevazione delle esigenze di ricerca e innovazione delle PMI della provincia di Pavia". 3. Ricerca "Mappatura della richiesta e dell'offerta di tecnologie nella provincia di Pavia al fine di potenziare il trasferimento tecnologico locale". 4. "Il Nuovo a Pavia" - premio annuo per imprese innovative. 5. Bando per la concessione di contributi alle piccole e medie imprese per la certificazione del sistema di qualità aziendale e del sistema di gestione ambientale. 6. Progetto "Sviluppare l'imprenditorialità e l'innovazione nell'Oltrepò Orientale e Montano" – Docup Ob.2 – Misura 1.9 7. Istituzione di un centro PAT-LIB per l'innovazione. 8. Percorso specialistico di formazione (36 ore) condiviso con gli attori politico-economici locali.

F
O
C
U
S

Alessandro Rubini:

“Investiamo nell’innovazione, a medio e lungo termine”

Alessandro Rubini, laureato in Ingegneria all’Università di Pavia e libero professionista, è uno dei più importanti sviluppatori di software italiani, così come è emerso da un recente studio curato dal Dipartimento di ricerche aziendali dell’Università di Pavia. Paladino del software libero è uno dei co-autori del nocciolo di Linux ed è un appassionato attivista della libertà di ricerca e sviluppo nell’informatica.

Che cos’è oggi l’innovazione nel settore informatico?

“Innovare significa trovare nuove soluzioni ai problemi.

Nel mondo delle reti e dei calcolatori questo vuol dire sfruttare questi strumenti in modi nuovi, a vantaggio di specifiche realtà, ma anche del cittadino e della società. L’innovazione informatica consiste perciò nella realizzazione di nuovo software e nuovo hardware: nuovi programmi e nuovi macchinari. Mentre creare macchinari rimane un’attività industriale, creare programmi è attività autorale e culturale, come scrivere romanzi o comporre musica. Per questo motivo oggi l’innovazione cosiddetta ‘tecnologica’ è alla portata di chiunque abbia

un computer e le competenze per programmarlo, oltre che delle industrie elettroniche”.

Qual è il rapporto tra open-source e innovazione?

“Alla base del software libero (anche chiamato ‘Open Source’, spesso per non usare il termine ‘libero’ che suona scomodo) sta un modello di distribuzione dell’informazione volto a preservare ed estendere il patrimonio intellettuale. Il mercato degli operatori del software libero è un mercato di libera competizione con basse barriere all’ingresso; la disponibilità dello scibile informatico permette di concentrare le risorse sulla sola innovazione, costruendo sul pregresso senza doverlo reinventare. Questa impostazione è antitetica a quella proprietaria, dove solo l’azienda che distribuisce un programma può realizzare innovazioni su di esso; per chiunque altro innovare significa prima riscrivere da zero gli strumenti esistenti. In un contesto così protezionistico cade anche l’incentivo ad innovare da parte di chi potrebbe farlo, per mancanza di concorrenza credibile”.

I modelli software open-source riusciranno ad imporsi?

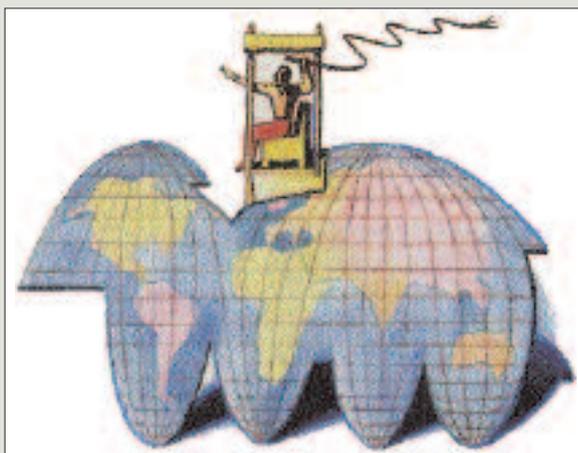
“Sì, nel contesto giuridico attuale. Già oggi vedo molto interesse verso il software libero da parte del settore produttivo italiano. Per chi lavora nel campo dell’automazione industriale, in particolare per chi produce hardware, è strategico avere il controllo del software che si usa, senza dover basare le proprie strategie commerciali su quelle di altre aziende. Le garanzie offerte dal nostro software: la libertà di usare per qualsiasi scopo, di studiare, di modificare, di redistribuire senza oneri,

vengono facilmente comprese e valorizzate da chi è in un settore tecnologico dove la mancanza di tale flessibilità ha sempre influito pesantemente sull’autonomia nell’innovazione. Così le aziende più illuminate investono in formazione quello che risparmiano nei costi di licenza. In Italia ho già visto sistemi GNU/Linux nella video-sorveglianza, nelle telecomunicazioni, nell’industria della ceramica, nel settore aerospaziale e anche in quello medicale. Nel settore domestico e negli uffici siamo molto meno presenti, principalmente a causa della posizione dominante

di un solo distributore di software e delle sue politiche protezionistiche già condannate dall’organismo anti-trust dell’Unione Europea, unitamente ad una didattica dell’informatica troppo spesso orientata all’uso passivo di un solo sistema operativo invece che alla programmazione attiva e alla interoperabilità tra sistemi diversi.

Come vede fra dieci anni il settore dell’informatica ?

Sugli sviluppi futuri, credo che molto dipenda da come evolverà la normativa europea. I nostri avversari stanno investendo molte risorse per spingere alla redazione e all’approvazione di norme liberticide; mi riferisco alla direttiva europea ‘EUCD’, al decreto Urbani nella sua forma attuale, ma specialmente alla direttiva europea sui brevetti software. L’istituto del brevetto industriale a tutt’oggi in Europa esclude le formule matematiche, i metodi commerciali e i programmi per elaboratore in quanto idee astratte. La direttiva proposta vuole invece rendere brevettabili gli algoritmi; gli interessi in gioco sono così grandi da aver alterato l’iter istituzionale di



questa direttiva, ignorando gli emendamenti approvati dal parlamento europeo nella primavera 2004 e presentando un testo addirittura peggiore di quello non accettato allora. Questa direttiva ha la potenzialità di danneggiare notevolmente il tessuto imprenditoriale europeo, consegnando il controllo di tutti i metodi informatici alle poche aziende straniere che già si trovano in posizione dominante e hanno già collezionato consistenti portafogli brevettuali negli Stati Uniti e altrove”.

Pavia ha le potenzialità per diventare un vero polo tecnologico?

“Secondo me ci sono le potenzialità umane, ma queste da sole non bastano. I nostri migliori ingegneri continuano ad emigrare negli Stati Uniti, mentre gli statunitensi pubblicano testi come **Il Sogno Europeo** (di Jeremy Rifkin, appena uscito), rendendosi conto che l'Europa ha migliori potenzialità degli USA. Ma dobbiamo valorizzarle. Credo che per favorire l'innovazione tecnologica serva più cooperazione tra università, pubblica amministrazione e industria. Occorre creare un ambiente culturalmente stimolante dove le informazioni circolino liberamente, in modo da catalizzare maggiormente la cooperazione tra università e industria e incentivare il nostro capitale umano a non espatriare. I laboratori di ricerca più di successo sono quelli con meno regole, e le migliori innovazioni informatiche sono uscite naturalmente, senza uno specifico progetto industriale; basti pensare a Unix o al web. Purtroppo non vedo, nella mia pur sporadica collaborazione con l'università, questo tessuto fertile, mentre mi capita spesso di incontrare aziende che sono all'avanguardia in vari settori tecnologici ma faticano ad aprire collaborazioni con l'università. Nel frattempo mi pare che la pubblica amministrazione rimanga, pur con qualche eccezione, esterna al panorama culturale della tecnologia; in particolare è grave la situazione scolastica, dove l'insegnamento dell'informatica è relegato all'utilizzo passivo degli strumenti, proprio in quell'età in cui si potrebbe stimolare la creatività e aprire ai ragazzi il mondo del software libero, permettendo ai più portati di sfruttare l'enorme capitale culturale già disponibile per chiunque voglia costruirsi sopra. A parte i pochi insegnanti motivati che autonomamente seguono un programma di vera cultura informatica, poco si muove e il corso di alfabetizzazione informatica che il MIUR ha appena erogato a 160.000 insegnanti è servito solo a renderci ancora più dipendenti da Windows, passato come unica realtà esistente nel mondo tecnologico odierno”.

Quali sono i primi passi da fare su questa strada?

“Sicuramente iniziative di formazione nelle scuole e incentivi alla ricerca nell'università. Per molti anni sono state costruite professionalità inutili o superate, e contestualmente si sono ingenerate aspettative nei giovani che non potevano essere soddisfatte. Ad oggi è necessario riconsiderare figure come quelle dell'artigiano (anche artigiano del software), che possano realmente inserirsi e costruire opportunità nel mondo del lavoro”.

L'informatica e le tecnologie del futuro possono rappresentare una risorsa occupazionale per il nostro territorio?

“Sì, perché l'informatica è trattamento dell'informazione e come tale attiene alla sfera del terziario. Ma l'informazione non è solo fatta di pagine web, è fatta anche di progettisti di sistema, esperti di reti, di alta affidabilità e di controllo di processo. Mi sembra di vedere una tendenza un po' italiana a vedere il web come la panacea di tutti i mali dimenticando un approccio più complessivo all'informatica. Vedo questa strada come perdente, in cui ci diciamo l'un l'altro quanto è bella la buccia dimenticando il frutto che sta poco più sotto. Per esempio, RTAI, il sistema in tempo reale stretto, scritto al (non 'dal') Dipartimento di Ingegneria Aerospaziale del Politecnico, usato e sviluppato in tutta Europa e nel mondo, non ha raccolto nessun interesse significativo da parte dell'industria e dell'accademia italiana, a differenza di quanto accade in Germania, in Francia, in Belgio”.

Esiste nel mondo un caso di sviluppo nel settore tecnologico-informatico che può servire come modello per Pavia?

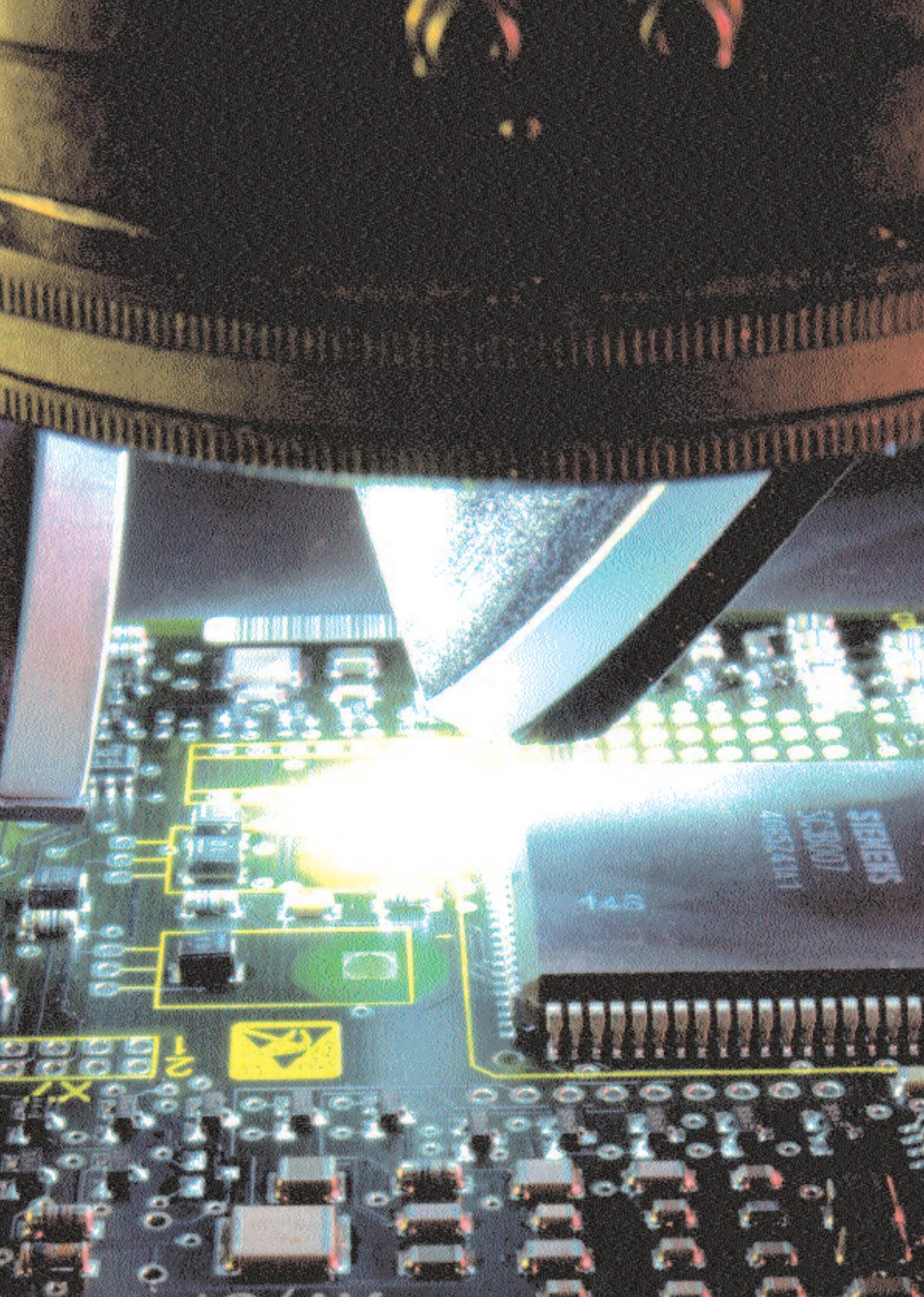
“Mi sembra esemplare il caso dell'Extremadura in Spagna. Sono state valorizzate le risorse umane di questa regione poco sviluppata del paese investendo molto nella formazione e nello sviluppo locale degli strumenti informatici che per noi è normale comprare all'estero. Tra le altre attività, hanno creato e distribuito una propria versione di GNU/Linux, privilegiando la lingua locale e sono riusciti a valorizzare l'informatica delle persone per le persone”.

Secondo la sua esperienza qual è l'atteggiamento degli imprenditori pavesi nei confronti dell'hi-tech, c'è interesse o diffidenza?

“C'è volontà di investire. la situazione economica è complessa e difficoltosa, probabilmente qualche riflessione in più sul medio e lungo periodo non guasterebbe”.

Adsl, banda larga, Umts, i nuovi servizi informatici e di comunicazione possono far ritornare al clima euforico del periodo del boom della new economy?

“La 'new economy' è stata una bolla di sapone; ero tra quelli che non ci credevano, e tutt'ora non ci credo. Gli strumenti di comunicazione sono una grossa potenzialità che può essere sfruttata male e diventare dannosa. Oggi due cose mi preoccupano: l'avanzata del DRM (digital restriction management) un meccanismo che impedisce usi legittimi dei dispositivi e dei contenuti. Al proprietario di un dispositivo di registrazione viene così impedito di registrare il proprio lavoro perché non autorizzato dai computer centrali di gestione del sistema. Vedo inoltre sempre più spesso servizi anche pubblici erogati solo a chi ha programmi di un venditore specifico e spesso senza seguire le indicazioni di accessibilità diramate dal ministero; la tendenza è verso un aumento di questi vincoli. Questo porta a spese coatte per una parte della società e al relegarsi in una classe di esclusi per un'altra parte. L'informatica e la telematica sono strumenti e come tutti occorre saperli affrontare con cultura e senso critico. Per vari motivi nel nostro paese cultura e senso critico sono praticamente assenti e i risultati purtroppo si vedono”.



Gallotti Salumi, TUTTO IL GUSTO della tradizione

Per quanto curioso possa sembrare, la storia del salame e degli insaccati ripercorre la storia della nostra civiltà. I primi insaccati di cui si ha notizia sono stati trovati nella tomba del Faraone Egizio Ramsete III (XII sec a.C.).

Sul territorio italiano la produzione di insaccati apparteneva sia alle tribù celtiche del nord Italia che agli Etruschi. Nell'antica Roma si diffusero i primi esempi di salami con varie denominazioni. Lo dimostra il fatto che anche l'attuale denominazione di "luganiga" o "luganega" ha una derivazione romana e indicava i celebri insaccati della Lucania, terra di selve e di maiali selvatici.

Ma la produzione di salame si rafforzò in particolare proprio nel nostro territorio ad opera dei Longobardi che avevano in altissima considerazione l'allevamento del suino e i prodotti ottenuti con le sue carni.

La preparazione del salame è dunque nel nostro territorio una "tradizione" nel senso più vero del termine. Fa parte della nostra storia, della nostra cultura, appartiene alle nostre radici.

Nel cuore dell'antico dominio longobardo oggi preparare insaccati è ancora un'arte.

Un'arte antica esercitata con la cura del passato, ma con tutte gli accorgimenti e i vantaggi dei nostri tempi.

Modernità e tradizione si incontrano, e vanno di pari passo sotto il marchio Gallotti una delle insegne più gloriose nell'ambito della produzione di insaccati.

L'Azienda Gallotti nasce nel 1950 ad Albuzzano, fondata da Attilio Gallotti che comincia la propria atti-



ività commercializzando come rappresentante salumi e formaggi. Come ogni buon padre Attilio Gallotti è riuscito a trasmettere la passione ai suoi figli, Claudio e Franco, che nel 1980 hanno varato un nuovo stabilimento, ampliando l'azienda di famiglia e iniziando a produrre i primi insaccati.

I prodotti non tardano a farsi conoscere e a farsi strada. Il nome Fratelli Gallotti diventa ben presto un sinonimo

*La ditta di Albuzzano nasce nel 1950,
fondata da Attilio Gallotti,
nel 1980 i figli Claudio e Franco
cominciano a produrre i primi insaccati.
Un nuovo stabilimento
viene creato nel 1988*

di qualità e un orgoglio per tutta la comunità di Albuzzano. Passano così pochi anni ed è già ora di crescere. Nel 1988 Claudio e Franco, accompagnati nell'attività dalle mogli, aggiungono un altro stabilimento di lavorazione per specializzarsi definitivamente nella produzione e stagionatura dei salumi e rafforzarsi nella commercializzazione di salumi cotti e stagionati. Nel gennaio 2001, un altro passo importante.

Spiega Franco Gallotti: "Oggi la nostra è un'impresa che coinvolge tutte le nostre famiglie: la Gallotti F.lli di Claudio e Franco è infatti diventata la Gallotti Salumi srl e ne fanno parte anche i nostri figli".

Insomma, nel nome di nonno Attilio anche la terza generazione oggi aiuta a far crescere il prestigio dell'azienda, segno di una continuità che è la maggior garanzia di serietà professionale e rispetto delle tradizioni.

Non si può però parlare del successo del marchio Gallotti senza parlare dei prodotti che nascono negli stabilimenti di Albuzzano.

Qui tutto è antico quando si tratta di conservare i sapori di una volta, e tutto è modernissimo quando si parla di sicurezza alimentare e controllo degli ingredienti.

Gli ingredienti sono scelti con cura e meticolosità, i processi di preparazione sono monitorati e seguiti con cura e dedizione ed aggiornati con nuove tecnologie. E' così che è nato uno dei prodotti attualmente più richiesti, il "Salame nostrano di Albuzzano". Realizzato con legatura a mano e con caratteristiche di prodotto non industriale, è un frutto genuino del nostro territorio, prepa-



rato utilizzando solo materie prime di alta qualità. Dice Franco Gallotti: "Non essendo in Oltrepò abbiamo pensato di creare un prodotto che si differenziasse dal salame di Varzi e che avesse una propria tipicità". È nato così un salame autenticamente "pavese" che è entrato a pieno titolo tra i prodotti d'eccellenza della provincia di Pavia. Alla produzione di insaccati freschi appartengono anche prodotti quali la Salsiccia, la Luganiga, la Salamella, il Cotechino, i Cacciatori, il Salame e il Crespone mentre i prodotti commercializzati coprono una vasta gamma di articoli che vanno dai salumi stagionati fino alla gastronomia, ai salumi cotti e ad altre specialità.

Da diverso tempo l'azienda è anche specializzata nella produzione di salsiccia confezionata in Atmosfera Protetta (ATP) in vaschette da diverse grammature. È questa la ragione per cui i prodotti Gallotti sono apprezzati dalla grande distribuzione come ad

esempio Esselunga, GS, DlxDI, Autogrill, ma allo stesso tempo sono rivolti anche a una clientela tradizionale di piccoli market, botteghe di gastronomia tutti quei salumifici in cui il cliente va per cercare il meglio.

In questo periodo però i cambiamenti in atto nel mondo della distribuzione si fanno sentire, l'attuale situazione del commercio e la scomparsa dei piccoli negozi è sicuramente un fattore di criticità per tutto il

settore dell'alimentare, spiega Gallotti: "Se una volta anche nei piccoli centri c'erano più negozi, oggi i punti vendita si riducono e chi era abitato a

queste forme di commercio non si rivolge alla grande distribuzione. E anche noi risentiamo di questo". Ma tanti anni di attività hanno insegnato che l'importante è mantenere saldo e leale il rapporto con il cliente. Una regola che garantisce riparo dalle ondate di crisi periodiche che spesso coinvolgono tutto il comparto alimentare.

La politica dell'azienda Gallotti è infatti quella di seguire sempre i clienti con costante impegno e dedizione assecondando le diverse esigenze. Il prodotto viene seguito dalla nascita al bancone. L'azienda infatti si prende carico di tutti i passaggi ed effettua la consegna esclusivamente con propri mezzi evitando (ed è uno scrupolo non molto frequente) che la fase delicata del trasporto possa incidere sulla qualità finale del prodot-

to. La consistente affermazione sul mercato dell'Azienda è dunque da ricercarsi nell'accurata scelta della filiera produttiva, nell'adozione di impianti ad alta tecnologia, nei sistemi di autocontrollo (HACCP) e di rintracciabilità in continua evoluzione, dal rigoroso rispetto delle normative vigenti e dai costanti aggiornamenti tecnologici e produttivi sempre nel rispetto della tradizionale qualità. La lavorazione e commercializzazione tradizionale artigianale va di pari passo con le innovazioni tecnologiche, lavorazioni moderne e i sistemi distributivi aggiornati.

La vicenda imprenditoriale della Gallotti è dunque un caso esemplare di imprenditoria locale fedele alle proprie radici, ma moderna e indirizzata allo sviluppo, alla crescita e all'innovazione ed è per questo che la Camera di Commercio di Pavia ha insignito l'azienda del premio "Una Vita". Oggi Franco Gallotti guarda già al futuro e già prevede le prossime mosse "Puntiamo decisamente a crescere - dice - all'insegna della tipicità dei prodotti e della loro qualità". L'antica arte del salame ad Albuzzano sarà sempre di casa.

L'attenzione al cliente è una delle caratteristiche dell'azienda. I prodotti che escono ogni giorno dagli stabilimenti di Albuzzano vengono consegnati esclusivamente con mezzi propri



Marketing territoriale: e la provincia

RIPARTE

nostro servizio

La Camera di Commercio ha deciso di dedicare, nel medio periodo, significative risorse organizzative e finanziarie - nonché l'esperienza dei propri servizi già attivi - per costituire presso i propri uffici un presidio permanente di investment attraction e investment service.

Il mercato territoriale va acquistando di anno in anno livelli di confronto nazionali ed internazionali particolarmente innovativi per la qualità e la quantità delle proposte e dei competitor. La scelta di entrarvi con decisione è stata originata dall'esigenza di impostare e concretizzare anche nella provincia di Pavia - in costante partenariato con gli stakeholders - adeguate strategie

di marketing del territorio. L'obiettivo è quello di incrementare i deboli livelli di crescita economica attraverso il potenziamento e la valorizzazione delle risorse interne e l'attrazione di nuovi investimenti, nel rispetto delle vocazioni locali.

La CCIAA, autonomia funzionale specificamente dedicata al governo locale dell'economia, si configura come naturale riferimento istituzionale per le attività di promozione ed animazione del territorio.

Ha voluto però porre sensibilità ed attenzione ad ogni possibilità di collaborazione, per far sì che dall'unione delle forze che il territorio esprime possano scaturire l'energia e le idee necessarie. In questo senso la sinergia con l'Ente Provincia e con gli altri enti locali pavesi,

nonché con le Associazioni imprenditoriali realizza una condizione importante di successo del percorso intrapreso.

Le linee dell'azione di Marketing Territoriale

Come ogni normale prodotto, anche il marketing applicato al territorio deve essere guidato da una chiara strategia di sviluppo.

In questo caso il prodotto è l'intera area provinciale anche se alcune azioni possono riguardare specifiche subaree. La strategia comune deve sempre riflettere - prima di tutto - le aspettative e i bisogni delle comunità locali e deve, quindi essere concordata e realizzata di concerto con tutti i soggetti del

La CCIAA è il riferimento per le attività di promozione. L'obiettivo è quello di far ripartire l'economia del territorio attraverso il potenziamento delle risorse locali.

* Organizzazione del Convegno "Promuovere il territorio e favorire lo sviluppo imprenditoriale – innovative azioni di marketing territoriale per la crescita economica della provincia di Pavia" svoltosi il 15 novembre 2001 presso la Sala dell'Annunciata a Pavia.

* Progetto "La valorizzazione dell'economia vigevanese attraverso azioni di marketing territoriale": realizzazione di analisi swot, focus group, interviste a policy makers e broche informativa sull'area distrettuale, convegno di presentazione. Implementazione delle pagine web del sito con una nuova sezione specifica per il Vigevanese "La valorizzazione dell'economia vigevanese attraverso azioni di marketing territoriale".

Il progetto è stato realizzato dal Centro Servizi di Vigevano in collaborazione e col contributo della Camera e col cofinanziamento della Regione Lombardia (L.R. 35/96).

2003-2004:

* Azioni di miglioramento della banca dati delle aree per insediamenti produttivi: incarico di consulenza scientifica al Dipartimento di Ingegneria Edile e del Territorio dell'Università di Pavia per la ristrutturazione della mappatura delle aree destinate ad insediamenti produttivi nel territorio provinciale pavese, partendo da una nuova metodologia di rilevamento da sperimentare su 45 comuni della provincia.

* Partecipazione alla manifestazione "Progetto Città", all'interno del padiglione dedicato al Marketing Territoriale: stand, distribuzione brochure illustrative dell'iniziativa pavese di marketing territoriale. L'evento ha avuto luogo a Milano dal 19 al 22 febbraio 2003.

* Il 6 maggio 2003 la Camera di Commercio di Pavia ha ritirato a Roma - in occasione del Forum p.a. 2003 - l'award di qualità sfide 2002-2003 per il proprio progetto di marketing territoriale, con cerimonia di premiazione nell'ambito del convegno "le chiavi dello sviluppo. La sfida dei risultati".

* Ricerca/azione di approfondimento su due subaree della provincia

finalizzata a far emergere vocazioni e specificità tipiche (punti di eccellenza) in accordo con gli attori socio-politici locali. La realizzazione avviene attraverso l'analisi economica delle due aree, interviste e focus group in cui sono coinvolti i policy maker e i referenti economici locali, la realizzazione di una brochure che presenterà specificatamente le distinte aree di riferimento, focalizzandosi sulle opportunità localizzative delle stesse.

* Finanziamento, attraverso apposita convenzione, di un corso di dotto-

rato di ricerca triennale "Metodi di valutazione di sistemi edilizi territoriali complessi: dislocazione ed integrazione di infrastrutture produttive" sul tema dell'analisi dei piani urbanistici comunali ai fini degli insediamenti produttivi, che consentirà di proseguire e rafforzare i rapporti collaborativi con i Comuni e di mantenere su livelli molto elevati di qualità grafica e contenutistica la mappatura delle aree insediative della provincia.

Le previsioni 2005 -2006:

* Revisione e aggiornamento dell'intero Sito di Marketing Territoriale.

* Eventuale estensione della citata ricerca-azione ad altre subaree della provincia.

Collaborazione progetto di MKT del Comune di

Azioni integrate per lo sviluppo del territorio

Il programma di Marketing territoriale consiste in una serie coordinata e integrata di azioni volte a valorizzare e promuovere le molte potenzialità del territorio provinciale pavese rispetto alla possibilità di ospitare nuove opportunità di lavoro e di impresa. Elementi caratteristici e innovativi del progetto sono:

- l'architettura politico/istituzionale del progetto, che prevede una funzione di regia operativa in capo all'Ente proponente e la creazione di un sistema di rete fra i principali Enti territoriali e associativi preposti allo sviluppo economico dell'area;
- la scelta di soluzioni informatiche avanzate per supportare i veicoli informativi e le iniziative di animazione e per alimentare le azioni di sistema fra gli attori locali.

La Camera di Commercio di Pavia ha intrapreso una sinergia con l'Ente Provincia e con gli altri enti locali pavesi, nonché con le Associazioni imprenditoriali, ad un sistema di marketing territoriale in grado di valorizzare le molte potenzialità del territorio provinciale, rispetto alla possibilità di ospitare nuove opportunità di lavoro e d'impresa. La CCIAA ha confermato attraverso questo progetto la sua naturale vocazione di riferimento fondamentale della business community locale con una funzione operativa stabile per la promozione e lo sviluppo economico dell'intero territorio provinciale. Il principale strumento operativo per la suddetta funzione è rappresentato dalle nuove pagine Web di marketing territoriale (www.pv.camcom.it).

*Nell'immediato futuro
verranno intraprese azioni dirette
ad affermare e far conoscere all'estero
l'immagine delle nostre aree
e a promuovere l'interesse
di investitori esteri*

Vigevano (cofinanziato dalla Regione Lombardia ex l.r. n. 35/96).

* Sperimentazione di azioni di direct marketing, attraverso:

* Classificazione, in base alle evidenze emerse nella precedente fase di sviluppo del progetto, di gruppi/settori di investitori italiani potenzialmente interessati, ovvero di fasce di clienti da attrarre.

* Azioni di comunicazione (lettere informative, telemarketing, ecc.), colloqui personalizzati con esponenti referenziali e contatti in loco.

* Azioni spinte e mirate dirette ad affermare e far conoscere all'estero l'immagine delle nostre aree e a promuovere l'interesse di qualificati investitori esteri: missioni (road show) all'estero cui parteciperanno opinion leader locali, imprenditori di successo, rappresentanti, istituzioni, ecc.; saranno programmati eventi all'estero con Camere Estere, Consolati, ecc.

UN AIUTO alle imprese italiane nel mondo

Difendere e promuovere il "Made in Italy" nel mondo. Aiutare le imprese italiane in un'economia sempre più globalizzata e competitiva. Garantire lo sviluppo e il consolidamento del "sistema Italia", tutelando le posizioni acquisite e sfruttando le opportunità che si creano nei mercati emergenti. Conoscere il mercato internazionale per essere un alleato strategico per gli imprenditori italiani.

È questo il ruolo di SIMEST S.p.a. la finanziaria per lo sviluppo e la promozione delle imprese italiane all'estero del Ministero delle Attività Produttive.

Istituita come società per azioni con la legge n. 100 del 1990 e operativa dal 1991, la società ha come socio di maggioranza il governo che detiene il 76% del pacchetto azionario, ed è partecipata da banche, imprese, associazioni imprenditoriali e di categoria.

La promozione dell'imprenditoria italiana all'estero avviene con particolare attenzione nei confronti delle piccole e medie imprese, comprese quelle commerciali, artigiane e turistiche, nonché cooperative, consorzi ed altri organismi economici.

SIMEST accompagna le aziende nella costituzione di filiali o società all'estero, in forma di joint ventures o investimenti totalmente controllati, realizzate in qualunque paese al di fuori dell'Unione Europea. Inoltre, sostiene le attività delle imprese italiane all'estero attraverso la gestione di incentivi per studi di prefattibilità, fattibilità e assistenza tecnica, partecipazione a gare internazionali, crediti all'esportazione, programmi di penetrazione commerciale, partecipazione al capitale sociale di imprese locali.



La gamma dei servizi offerti include la ricerca di opportunità all'estero attraverso operazioni di business scouting, iniziative di reperimento soci, studi di prefattibilità/fattibilità, assistenza finanziaria, legale e societaria relativi a progetti di investimento all'estero per i quali è prevista una successiva partecipazione della stessa SIMEST.

La riforma del sistema di interventi a sostegno dell'internazionalizzazione ha trasformato la SIMEST, a partire dal

1999, in una sorta di sportello unico attraverso il quale le imprese italiane possono agevolmente utilizzare vari strumenti finanziari, con i quali competere sui mercati internazionali.

Per quanto concerne la costituzione di imprese all'estero, gli interventi di SIMEST sono rivolti prevalentemente a quei paesi che abbiano adottato normative di salvaguardia degli investimenti esteri o, quantomeno, siano firmatari di accordi con il Governo italiano o con organizzazioni internazionali, destinati alla protezione degli investimenti esteri.

Negli investimenti, pertanto, SIMEST dà preferenza ai Paesi le cui tradizioni, cultura e legami etnici generino un clima particolarmente favorevole agli investimenti italiani e che presentino una particolare rilevanza geopolitica per l'internazionalizzazione del "sistema Italia".

La società è parte dell' EDFI (European development financial institution), l'associazione europea che riunisce le finanziarie di sviluppo con finalità di promozione degli investimenti all'estero.

L'EDFI è una sede importante per la condivisione di esperienze internazionali, la creazione di opportunità e di collaborazioni integrate, che SIMEST mette a disposizione dei propri clienti.

Inoltre è in grado di attivare una fitta rete di relazioni e informazioni in Italia, nel mondo e presso le istituzioni internazionali (in particolare, con l'UE), da mettere a disposizione delle imprese italiane. Altri importanti interlocutori in sede internazionale dono le principali istituzioni finanziarie multilaterali, le banche regionali di sviluppo ed i vari attori dei sistemi finanziari locali. La SIMEST è inoltre collegata con la SACE per la coper-

SIMEST è una società per azioni controllata dal Ministero delle Attività produttive, con un 24% di presenza azionaria privata. Il suo compito principale è sostenere il "Sistema Italia"



tura assicurativa delle attività delle imprese italiane all'estero, con l'ICE per la promozione ed il supporto informativo, con le Associazioni Industriali, con le Camere di Commercio in Italia e all'estero e con le rappresentanze diplomatiche italiane nel mondo. Infine partecipa attivamente al progetto per la creazione di sportelli Regionali per l'internazionalizzazione.

La SIMEST finora ha deciso di partecipare a 685 progetti in 68 paesi, per un totale di 16.587 milioni di euro di investimenti.

Per favorire ulteriormente la presenza delle imprese italiane in paesi particolarmente interessanti, le imprese italiane possono contare oggi sui Fondi di Venture Capital, nuovi strumenti finanziari messi a disposizione dal Governo.

A SIMEST, infatti, è stata affidata dal Ministero delle Attività Produttive la gestione di cinque nuovi Fondi "equity" destinati ad aree di forte interesse: Fondo Cina, Fondo Russia e Ucraina, Fondo Mediterraneo, Fondo Jugoslavia e Fondo Balcani. I mezzi finanziari dei cinque Fondi, pari a 228 milioni di euro, si aggiungono agli interventi di partecipazione che SIMEST usualmente opera.

SIMEST, infatti, può acquisire normalmente una partecipazione fino al 25% nel capitale sociale delle imprese all'estero (fuori dell'UE); la partecipazione SIMEST consente all'impresa italiana una riduzione del

50% degli interessi per il finanziamento della propria quota di partecipazione nell'impresa estera.

I Fondi di Venture Capital vanno quindi ad integrare queste opportunità finanziarie gestite da SIMEST.

Il Fondo Cina è operativo nei confronti di iniziative rivolte alla Repubblica Popolare Cinese e ammonta a 40,3 milioni di euro. Destinatari sono le imprese italiane che realizzano investimenti con o senza partner locali. Una quota del Fondo è riservata alle operazioni promosse anche in associazione ad altre imprese, da PMI italiane. Il Fondo Russia e Ucraina opera nella Federazione Russa, in Ucraina, Moldavia, Armenia, Azerbaijan e Georgia e ammonta a 70 milioni di euro. Sono destinatari le imprese italiane che realizzano investimenti con o senza partner locali.

Il Fondo Mediterraneo ha come ambito territoriale il Marocco, la Tunisia, l'Algeria, l'Egitto, Israele, il Libano, la Siria, i Territori Palestinesi, la Turchia, l'Iraq e i paesi confinanti con l'Iraq (purché con attività prevalente rivolta all'Iraq), e tutti i restanti paesi dell'Africa, compresi quelli insulari. Ammonta a 64,1 milioni di euro. Destinatari sono le imprese italiane che realizzano investimenti in questi paesi, con o senza partner locali. Una quota di questo fondo è riservata alle iniziative delle PMI italiane; un'altra quota è riservata alle imprese, con priorità le PMI, aventi sede nel mezzogiorno o nelle altre aree depresse del paese, anche in associazione ad altre imprese nazionali.

Il Fondo Jugoslavia ha una dotazione di 40,3 milioni di euro ed è riservato a iniziative in Albania, Bosnia Erzegovina, ex Repubblica Jugoslava di Macedonia, Serbia e Montenegro. Destinatari sono le imprese italiane che realizzano joint venture. Una quota del Fondo è riservata alle operazioni promosse da PMI italiane. L'ammontare massimo della partecipazione del Fondo è di 500.000 euro per operazione.

L'ambito territoriale del Fondo Balcani è invece costituito da Albania, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia ed ex Repubblica Jugoslava di Macedonia, Romania,

Serbia e Montenegro, l'ammontare è di 13,75 milioni di euro. Destinatari sono le imprese italiane che realizzano investimenti in detti paesi, con o senza partner locali. L'ammontare massimo del fondo è di 516.456 euro per operazione.

I fondi possono essere utilizzati da tutte le imprese nazionali che acquisiscono quote di partecipazione in società costituite o da costituire nei paesi su menzionati.

Dall'inizio della loro operatività (febbraio 2004) al 30 luglio 2004 sono stati 44 i progetti approvati da SIMEST con ricorso finanziario ai Fondi di Venture Capital. L'intervento dei fondi è collegato con la partecipazione della SIMEST S.p.A.

L'intervento aggiuntivo del Fondo deve essere: di importo non superiore al doppio della partecipazione SIMEST; tale da non determinare, sommato all'intervento SIMEST, il superamento: né del totale delle quote di partecipazione detenute dai soci italiani; né del limite del 49% del capitale sociale della società estera (senza limiti di importo). Le partecipazioni acquisite a valere sulle disponibilità del Fondo devono essere cedute entro un massimo di 8 anni dall'acquisizione; il riacquisto da parte delle imprese italiane non richiede garanzie.

Informazioni più dettagliate sulla SIMEST sono disponibili sul sito www.simest.it; e-mail: fondiventurecapital@simest.it

Protocollo d'intesa sul catasto VITIVINICOLO

a cura della redazione

Siglati due protocolli d'intesa con la Provincia e le associazioni di categoria

Nel quadro di una collaborazione che ha radici lontane e che va consolidandosi, sono stati recentemente siglati due importanti Protocolli d'intesa con la Provincia.

Il primo, sottoscritto il 27 settembre 2004, ha coinvolto anche le tre organizzazioni agricole della provincia: la Federazione Provinciale Coltivatori Diretti, l'Unione Agricoltori della provincia di Pavia e la Confederazione Italiana Agricoltori; per il perseguimento di un obiettivo comune: l'attuazione delle operazioni di aggiornamento ed eventuale revisione dei dati delle dichiarazioni delle superfici vitate.

"La firma del Protocollo – afferma il Presidente della Camera di Commercio, Piero Mossi – risulta perfettamente in linea con gli indirizzi strategici dell'Ente, che da sempre persegue una politica molto attiva di intensificazione dei rapporti con le istituzioni, che ha dato frutti particolarmente positivi per quanto riguarda l'amministrazione provinciale, con cui abbiamo stretto diverse e proficue intese.

Altro obiettivo che la Camera di Commercio persegue - e del quale Mossi si è detto convinto assertore - è quello che riguarda l'intensificazione dei rapporti con le Associazioni di categoria, che devono trovare il loro punto di riferimento nella Camera di Commercio, che, facendo da cassa di risonanza, avvalorerà il loro ruolo sul territorio e nei confronti delle istituzioni. A loro volta, per la Camera, le Associazioni rappresen-



tano un irrinunciabile riferimento di informazione ed operatività, la cui assenza rischierebbe di disperdere risorse e opportunità.

Il Protocollo d'Intesa rappresenta quindi un esempio paradigmatico del buon operare, in sinergia, nell'ambito delle rispettive competenze".

Compete infatti alla Provincia procedere, anche con la diretta collaborazione delle Organizzazioni agricole territoriali, all'attuazione delle operazioni di aggiornamento ed eventuale revisione dei dati delle dichiarazioni delle superfici vitate, avvalendosi delle postazioni informatiche collegate al sistema AGEA, mentre compete alle Camere di Commercio – in base alla Convenzione tra Regione Lombardia e Unioncamere a supporto dell'attività per l'istituzione e la tenuta degli Albi dei vigneti a Denominazione d'Origine e degli Elenchi delle vigne IGT – l'onere della gestione e dell'aggiornamento degli Albi delle DO e dell'Elenco delle vigne IGT.

Vale la pena di sottolineare che la collaborazione instaurata si rivela particolarmente importante nella nostra provincia, che presenta nel settore una realtà più articolata, una situazione più complessa che in altre

aree, considerato l'elevato numero di aziende che rivendicano la DOC e la staticità del sistema informatico di rilevazione (AGEA) non modulabile rispetto alla dinamicità evolutiva del comparto vitivinicolo locale nonché alla presenza di movimenti franosi che tuttora interessano il nostro territorio.

D'altra parte anche la Regione ha dato un riconoscimento di questa complessità, concedendo una proroga sui tempi di attuazione.

Per quanto riguarda l'agricoltura e la necessità di collaborazione, vale la pena di ricordare anche la preesistenza di un "tavolo", chiamato "verde", per affrontare insieme i problemi più rilevanti, che ha senz'altro contribuito alla sottoscrizione dell'intesa. La quale propone un'esperienza "pilota" a livello regionale, che ha in ultima analisi – come è giusto che sia – l'obiettivo di salvaguardare gli interessi dei produttori viticoli della nostra provincia, agevolandoli anche nell'osservanza delle normative e disposizioni vigenti.

"La firma del Protocollo è in linea con gli indirizzi camerali, che da sempre perseguono una politica di intensificazione dei rapporti con le istituzioni e le associazioni di categoria"