

E. J. ...
ICE HOUSE PHOTOGRAPHY
PHILADELPHIA

ECONOMIA

CONGIUNTURA: 3° TRIMESTRE 2005

Economia pavese: fondo alle scorte di magazzino nel 3° trimestre 2005

La situazione

La situazione congiunturale mondiale sembra essere sempre più caratterizzata dal III shock petrolifero: l'aumento del prezzo del petrolio è alla ribalta dell'attualità economica quotidiana. L'ingresso prepotente della Cina sul mercato globale ha determinato una forte impena nella richiesta di greggio facendone schizzare il prezzo nel tempo. L'attuale shock si distingue però da quelli che storicamente lo hanno preceduto (1973-1979), essendo determinato da un rialzo della domanda piuttosto che dal crollo dell'offerta, e porta con sé un meccanismo insito di auto-correzione. L'impatto sul PIL risulta più graduale e quello inflazionistico meno invasivo di quelli sperimentati nel passato.

In questo contesto internazionale **l'area Euro** non recupera molto terreno rispetto al rallentamento accusato negli ultimi tempi, con i suoi motori più propulsivi (Germania, Francia) un po' sottotono e con l'economia italiana che rimane purtroppo il fanalino di coda. A seguito dell'aumento del prezzo dell'oro nero i tassi di crescita del PIL in Eurolandia si sono ridotti nel corso del 2005: secondo Eurostat le variazioni trimestrali sono state pari a +0,4% nel I trimestre e +0,3% nel secondo, mentre il dato provvisorio del III trimestre vede un +0,5% che prelude ad una lenta ripresa prevista per il 2006, come auspicato anche dalle previsioni del Fondo Monetario Internazionale che vedono variare del +1,8% la crescita nell'Eurozona durante il 2006.

In questo quadro **l'Italia** presenta difficoltà congiunturali e di medio periodo, testimoniate da vari indicatori tra cui l'andamento del PIL, le cui variazioni tendenziali non sono tali da farlo discostare dai valori di cinque anni fa. La produzione industriale italiana sembra riprendere quota nel III trimestre di quest'anno, almeno nel confronto congiunturale depurato dell'effetto stagionale. Segnali positivi provengono dal mercato del lavoro, nel quale il tasso di disoccupazione ha raggiunto un minimo (7,5%) e il tasso di occupazione è in leggera crescita (57,7%).

Prima di considerare l'evoluzione congiunturale pavese è utile inquadrare la situazione regionale della **Lombardia**. L'evolversi dell'economia lombarda nel III trimestre testimonia un periodo di destoccaggio, in cui cioè si è in presenza di una produzione industriale che diminuisce rispetto al trimestre aprile-giugno (-0,71%) ma di un fatturato in rialzo (+0,24% quello interno e +0,62% quello estero): se le imprese hanno prodotto meno ma incassato di più, l'ipotesi più probabile è una

conseguente riduzione delle scorte di magazzino. In aggiunta osserviamo un rincaro nel costo delle materie prime (+1,49%) che non si ripercuote però sul prezzo finale della produzione (+0,01%), assottigliando presumibilmente i margini di profitto delle imprese.

Su base locale l'indagine congiunturale condotta nel 3° trimestre dell'anno da Camera di Commercio di Pavia e Unione degli Industriali, traccia un quadro variegato e ancora incerto che lascia intravedere uno scenario non propriamente incoraggiante.

Produzione, fatturato, ordini, prezzi

L'economia pavese sembra seguire le orme di quella lombarda con livelli di produzione decrescenti e fatturato in rialzo, che lasciano supporre un ricorso significativo alle scorte di magazzino da parte dei nostri imprenditori. Esaminiamo la situazione per verificare questa ipotesi.

Il volume fisico della **produzione industriale nella provincia di Pavia** diminuisce nel III trimestre dell'1,85% rispetto allo stesso trimestre del 2004 (si tratta di un valore corretto per i giorni lavorativi); invece la variazione congiunturale destagionalizzata è stata pari a -0,41%, ossia la diminuzione più bassa registrata dall'inizio dell'anno. A conferma dell'ipotesi che depone per un terzo trimestre di destoccaggio anche in provincia, troviamo altri indicatori come il tasso di utilizzo degli impianti industriali che è sceso dal 62,49% del II trimestre al 59,56% attuale, e che preoccupa per la sua continua flessione che persiste dall'inizio dell'anno; ciò testimonia uno sfruttamento delle apparecchiature produttive inferiore alle potenzialità. Alla stessa conclusione ci conduce l'osservazione dei valori del **fatturato** che sale complessivamente dell'1% su base annua, soprattutto grazie alla tenuta sui mercati esteri (+1,66%); in leggera flessione è invece il fatturato realizzato sul mercato interno (-0,4%) che però recupera terreno rispetto alla caduta dei periodi precedenti. Da segnalare un fattore di crescente preoccupazione: la **quota di fatturato estero** sul totale, da un anno ormai in costante discesa (dal 40% segnato nell'estate dell'anno scorso al 32% attuale); a ciò si aggiunga che gli **ordini** esterni calano rispetto al II trimestre di oltre 4 punti percentuali e quelli interni vanno ancora peggio (-5,55%), deprimendo decisamente la domanda complessiva generata dagli ordini del 5,83% rispetto al trimestre aprile-giugno. Anche nel raffronto anno su anno gli ordini perdono quota rispetto alle performance del II trimestre, rimanendo però su valori più confortanti (tabella 1).

A corollario di queste indicazioni vi è la conferma espressa dagli imprenditori sulla valutazione delle **scor-**

ECONOMIA

CONGIUNTURA: 3° TRIMESTRE 2005

te di magazzino: una larga parte di loro le considera normali mentre cresce la porzione di chi si esprime sulla loro scarsità (16%, contro il 6% dei casi intervistati nel II trimestre) e diminuisce la quota di coloro che ritiene le scorte esuberanti (7% contro 17% del II trimestre). Arriviamo alla stessa considerazione se osserviamo le **ore lavorate per addetto** che diminuiscono da 448 nel II trimestre a 384 del terzo: ciò può solo indicare un indebolimento delle esigenze produttive.

Sembra quindi potersi concludere che la flessione produttiva registrata nel III trimestre del 2005 sia da imputare in parte al rilassamento stagionale tipico del periodo, per quanto il dato sia destagionalizzato, e al fatto che i nostri imprenditori abbiano attinto alle scorte accumulate in magazzino in misura più consistente di quanto abbiano fatto nel periodo primaverile. Da notare l'aumento del **costo delle materie prime** (+7,34%), rispetto ad un anno fa, che non si ripercuote in modo

esorbitante sui **prezzi alla produzione** (+1,37%), i quali sono cresciuti ma meno di quanto accadeva nei mesi precedenti di quest'anno (v. tabella 1): ciò lascia supporre che nel III trimestre i margini di profitto degli imprenditori pavesi si siano ridotti in qualche misura.

Settori, dimensioni aziendali e destinazione economica dei beni

Uno sguardo alle variazioni grezze della produzione industriale ci rivela che prevale il segno meno nel confronto con il trimestre primaverile per la quasi totalità dei settori mentre nel raffronto annuo la situazione è meno pesante ma comunque preoccupante; i maggiori settori dell'economia provinciale rimediano un po' alle flessioni produttive registrate nel II trimestre dell'anno ma restano su valori abbastanza negativi: la chimica in particolare mostra quasi un -9% tendenziale. Da segnalare la perdita pro-

duktiva sensibilmente registrata dal comparto alimentare, costantemente sostenuto finora da buoni risultati congiunturali. Prevale prepotentemente il segno meno per tutte le dimensioni aziendali, quasi a segnalare quanto il calo produttivo sia stato nel III trimestre dell'anno un fenomeno diffuso a tutti i livelli aziendali: le piccole imprese (10-49 addetti) tengono meglio con una battuta d'arresto ferma a -1,34%; le medie imprese perdono in misura analoga mentre le grandi (200 e più addetti) scontano una flessione che supera i 7 punti percentuali.

Stesso discorso vale per l'analisi dei beni che hanno accusato di più la congiuntura sfavorevole: i beni finali perdono nel confronto annuale l'1,53%, quelli intermedi l'1,3% e i beni di investimento il 3,84%.

Occupazione

In leggera flessione l'occupazione nel III trimestre 2005: gli addetti calano soltanto dello 0,49%.

Il ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni vede un monte ore autorizzato per gli interventi ordinari nel

III trimestre pari a 729 mila ore, il 10% in meno rispetto al III trimestre del 2004; mentre cresce il ricorso alla C.I.G. straordinaria, che nei mesi estivi ha superato le 461 mila ore, soprattutto a carico del settore meccanico.

Aspettative

Rispetto al recente passato gli imprenditori pavesi sono decisamente più ottimisti sulla produzione attesa nel IV trimestre: lo sbilancio tra chi si esprime per una ripresa e chi no arriva al 23% mentre si fermava al 3% nel periodo aprile-giugno; più caute sono invece le prospettive sul mercato del lavoro che ancora non convince i nostri manager (-15% lo sbilancio delle dichiarazioni); per contro, sono positive le indicazioni raccolte sull'andamento previsto della domanda interna (+7,5%) e ancora più rosee le attese per la domanda proveniente dall'estero (21%).

TAB. 1 - INDICATORI ECONOMICI

	I trim. 05	II trim. 05	III trim. 05
variazione annuale			
Produzione (var.grezza)	-2,83	-2,38	-2,46
Ordini interni	1,57	4,13	1,17
Ordini esteri	4,06	5,10	2,21
Fatturato interno	-3,03	-2,52	-0,40
Fatturato estero	-5,09	0,26	1,66
Prezzi materie prime	8,37	8,04	7,34
Prezzi prodotti finiti	2,08	2,11	1,37
Tasso utilizzo impianti	66,23	62,49	59,56
Quota fatt. estero su tot.	39,15	34,39	31,95

TAB. 2 - PROD. INDUSTRIALE (VAR. % ANNO SU ANNO)

Settori	II trim. 05	III trim. 05
Chimica	-10,55	-8,82
Meccanica	-4,55	-3,41
Alimentare	4,02	-0,61
Pelli e calzature	-3,50	+1,26

L'attuale consistenza del Registro Imprese della Camera di Commercio di Pavia è di 48.244 unità se si guarda alle "sedi d'impresa", e di 51.009 unità se si considerano invece tutte le "unità locali", le quali possono coincidere con la sede d'impresa, oppure dipendere da sedi fisicamente distinte e persino da sedi ubicate al di fuori del territorio della provincia.

Le imprese (sedi) possono essere iscritte al Registro ma, per varie ragioni, non risultare anche "attive" e infatti, guardando allo stato di attività, la consistenza al 2005 si riduce da 48.244 a 43.386.

Il fatto che una impresa non risulti "attiva" non significa che non esercita la propria attività. Una delle principali spiegazioni del fenomeno risiede per esempio nell'intervallo di tempo che può trascorrere fra il momento dell'iscrizione al R.I. e il momento della denuncia obbligatoria di inizio attività per le imprese costituite in forma di società.

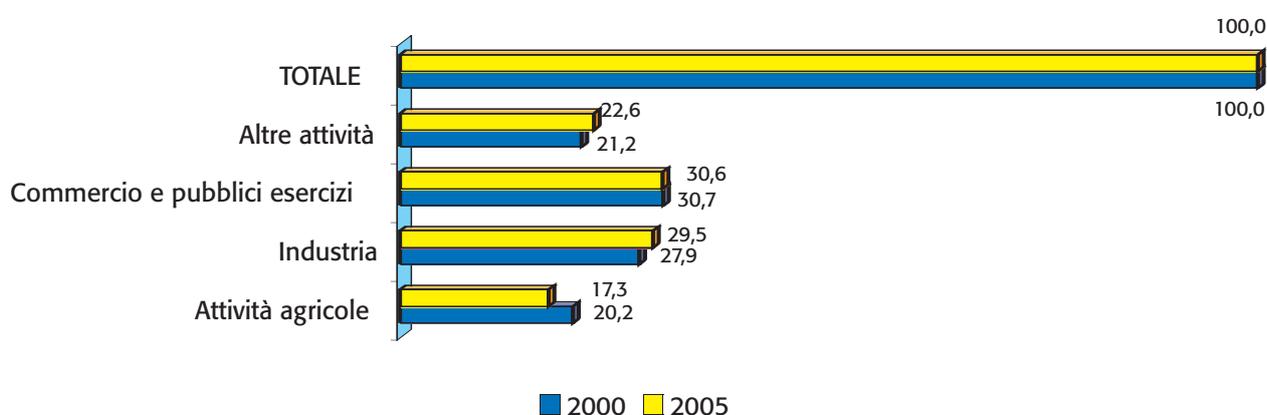
Questo fenomeno spiega anche un'altra informazione -

o meglio una "mancata" informazione - contenuta nelle tabelle qui riportate, e cioè l'elevato numero di imprese registrate, ma con attività economica "non classificata". La classificazione dell'attività svolta non si basa infatti sull'oggetto sociale descritto, bensì sull'effettiva attività dichiarata al momento dell'attivazione.

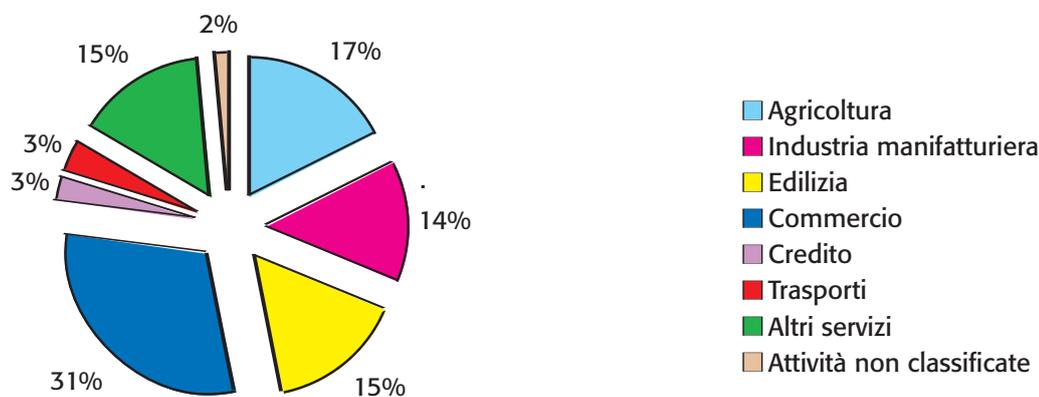
Ormai da quasi 10 anni (precisamente dal 1996), il Registro Imprese è stato incrementato con tutto l'importante settore delle attività agricole, ed esclude quindi solo la Pubblica Amministrazione ed i liberi professionisti. Ne consegue che, eccezion fatta per le attività interessate da questo tipo di imprenditoria (per es. scuola, sanità, servizi di consulenza), le elaborazioni statistiche effettuate sui dati del R.I. consentono di delineare un quadro molto significativo dell'economia di un territorio e permettono, grazie alle caratteristiche di omogeneità dei dati, interessanti confronti temporali.

Qui si è scelto di confrontare, in particolare, le consistenze all'inizio e alla fine dell'ultimo quinquennio.

La distribuzione delle unità locali per attività economica nel 2000 e nel 2005



L'attuale distribuzione delle unità locali per attività (2005)



REGISTRO IMPRESE. SEDI D'IMPRESA REGISTRATE E ATTIVE

	Anno 2000		Anno 2005	
	Totale	di cui attive	Totale	di cui attive
Agricoltura, caccia e silvicoltura	9.622	9.521	8.667	8.590
Pesca,piscicoltura e servizi connessi	4	4	3	3
Estrazione di minerali	63	54	49	43
Attività manifatturiere	6.941	6.187	6.692	5.823
Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	24	18	30	25
Costruzioni edili	6.208	5.852	7.675	7.289
Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	11.696	10.885	11.503	10.673
Alberghi e ristoranti	2.220	1.936	2.448	2.154
Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1.444	1.350	1.573	1.468
Intermediaz.monetaria e finanziaria	900	840	936	884
Attiv.immobiliari,informativa,ricerca	3.810	3.074	4.619	3.989
Istruzione	83	68	104	88
Sanità' e altri servizi sociali	164	128	219	191
Altri servizi pubblici,sociali e personali	2.144	2.015	2.134	2.010
Imprese non classificate	664	38	1.592	156
TOTALE	45.987	41.970	48.244	43.386

Fonte: nostre elaborazioni su dati Infocamere

REGISTRO IMPRESE DI PAVIA. UNITÀ LOCALI

	Anno 2000	Anno 2005
Agricoltura, caccia e silvicoltura	9.692	8.846
Pesca,piscicoltura e servizi connessi	5	3
Estrazione di minerali	77	69
Attività manifatturiere	7.217	7.139
Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	54	56
Costruzioni edili	6.062	7.768
Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	12.545	13.001
Alberghi e ristoranti	2.210	2.602
Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1.519	1.779
Intermediaz.monetaria e finanziaria	1.219	1.354
Attiv.immobiliari,informativa,ricerca	3.555	4.814
Istruzione	99	151
Sanità' e altri servizi sociali	169	288
Altri servizi pubblici,sociali e personali	2.177	2.255
Imprese non classificate	1.437	884
TOTALE	48.037	51.009

Fonte: nostre elaborazioni su dati Infocamere

MADRID

Pavia, terra di sapori, arte e natura si presenta a Madrid

Il giorno 30 novembre 2005 ha avuto luogo presso il Consolato Generale di Italia in Madrid una giornata di presentazione di Pavia e della sua provincia, un autentico viaggio tra cultura, arte, natura e gastronomia.

L'evento, frutto della collaborazione fra Provincia di Pavia, Camera di Commercio di Pavia e la sua Azienda Speciale Paviamostre da un lato, e Camera di Commercio e Industria Italiana di Madrid dall'altro, ha voluto essere il primo passo per la valorizzazione in Spagna di un territorio ricco di suggestioni e spunti interessanti quale è quello pavese. In rappresentanza della Provincia di Pavia e della Camera di Commercio di Pavia erano presenti i rispettivi Presidenti Silvio Beretta e Piero Mossi, ricevuti dal Console Generale Sergio Barbanti.

I percorsi storici che accomunano la provincia di Pavia e la Spagna trovano un primo riscontro nella contesa fra Francia e Spagna per il controllo del Ducato di Milano e per il predominio sull'Italia che vide accadere sotto le mura di Pavia uno dei fatti più decisivi: la battaglia del 1525 nella quale Francesco I fu fatto prigioniero. Pavia nel 1559 passa sotto il potere dei sovrani spagnoli e vi rimane sino ai primi anni del Settecento, alla fine della guerra di successione al trono di Spagna.

La giornata di lavoro ha visto la realizzazione di un laboratorio del gusto con incontri d'affari fra imprenditori italiani e importatori spagnoli. Nella suggestiva cornice dei saloni del Consolato di Italia in Madrid, i presenti hanno

potuto gustare prodotti tipici dell'enogastronomia pavese e ammirare una ricca collezione artistica di vestiti d'epoca, presentati dalla Fondazione Sartirana Arte. Contemporaneamente sono state proiettate su schermi al plasma immagini di Pavia e della sua Provincia, un territorio ricco di storia, di arte e con una natura in certe aree ancora incontaminata.

In serata si è svolta una degustazione di piatti raffinati preparati dallo Chef Danilo Nembrini esclusivamente con prodotti della provincia di Pavia in abbinamento agli apprezzati ed importanti vini delle sue colline dell'Oltrepò.

Gli oltre 100 ospiti presenti - istituzioni italiane e spagnole, giornalisti e operatori economici - hanno potuto apprezzare atmosfere uniche alla ricerca di tipicità italiane che sono in grado di avvicinare ancora di più italiani e spagnoli, due popoli amanti del buon vivere e del buon gusto.

I prodotti tipici sono stati presentati a cura di:

G.A.M. srl - PASTIFICIO LIBERALE srl - ANTICA FORNERIA PADANA - F.LLI COLLIVASONE snc - CONSORZIO DI TUTELA DEL SALAME DI VARZI - DOLCE VARZI snc - VECCHIO VARZI srl - ROLANDI ROBERTO - RISO CARENA - FIAMBERTI GIUSEPPE E FIGLIO sas - AZ.AGR.CA'-DEL GE' di ENZO PADROGGI - TENIMENTI CASTELROTTO "TORTI" - CASCINA GNOCCO di CUNEO DOMENICO - TENUTA CA' BOFFENISIO di M.A.GALANTI - TENUTA MAGGIORE di ROBERTO SISTI - GIORGI F.LLI & C. sas - ROBO SPA - CONSORZIO PAVIA EXPORT



ESTERO

PROMOZIONE ALL'ESTERO 2006

PROGRAMMA PROMOZIONALE ESTERO DI PAVIAMOSTRE - ANNO 2006

ATTIVITA'	SETTORE	AREA	PERIODO
PROGRAMMI ICE - UNIONCAMERE			
PROGRAMMA INTERREGIONALE 7 PAESI	Alimentare/Vino	Usa/Canada/Giappone/ Danimarca/Svezia/ Russia/Polonia	1 anno
SAPORI D'ITALIA	Agroalimentare	Gran Bretagna	1 anno
ITALIAN TOP QUALITY	Moda-calzature	Russia/Polonia/ Emirati Arabi	1 anno
FIERE			
CONSUMEXPO	Calzature/beni consumo	Russia/Mosca	17/21 gennaio
PROWEIN	Vino	Germania	26/28 marzo
LONDON WINE FAIR	Vino	Gran Bretagna	16/18 maggio
SHOES & LEATHER	Meccanico-calz.	Cina/Canton	30 mag/2 giugno
SIAL	Agroalimentare	Francia	22/26 ottobre
MISSIONI COMMERCIALI			
SUD AMERICA	Plurisettore	Messico/Perù/Argentina	gen/feb
EST EUROPA/RUSSIA	Plurisettore	Est Europa/Russia	primavera/autunno
WORKSHOP			
WINE TASTING	Vino	Svizzera	da definire
INIZIATIVE DIVERSE			
INIZIATIVE CENTRO ESTERO	Plurisettore	da definire	1 anno
INIZIATIVE D.G. AGRICOLTURA	Agroalimentare	da definire	1 anno
DELEGAZIONI DALL'ESTERO			
COLLABORAZIONI CON SOGGETTI VARI (fra cui Assomac, Vig.Export, Centro Estero, Promos)	Plurisettore	Pavia e provincia	1 anno

Annuario Statistico Provinciale: la presentazione al pubblico il 19 dicembre scorso

Una provincia che non è in crisi. Almeno non più di quanto non sia la Lombardia e il resto del sistema del Paese. Ma quella di Pavia è una provincia in grado di riprendere la via dello sviluppo solo se saprà fare gli sforzi giusti nelle direzioni giuste: investimenti nelle infrastrutture e nelle risorse umane.

Il quadro rappresentato dall'Annuario Statistico Provinciale ed illustrato dal dottor Enzo Rodeschini, docente di Economia Regionale all'Università di Bergamo e Dirigente Area Ricerche e Studi di Unioncamere Lombardia, nella usuale presentazione in Camera di Commercio, il 19 dicembre scorso, non è un quadro negativo. Certamente il movimento nazionale e internazionale dell'economia non gioca a favore di un sistema di imprese piccole o medio-piccole, come quelle pavese, ma il potenziale umano e produttivo della provincia è ancora intatto e vuole solo essere messo in condizioni di esprimersi.

Nello specifico, Enzo Rodeschini ha sottolineato alcuni dati selezionati: l'immigrazione è una risorsa importante, come forza lavoro e come opportunità di crescita sociale, anche perché molti pavese gravitano su Milano come forza lavoro e dunque è necessaria una spinta all'ampliamento di risorse umane sul territorio.

Dal punto di vista più generale del peso economico della provincia di Pavia, i parametri si trovano allineati con quelli della media regionale, con un forte 15% dato dall'agricoltura e un più debole contributo degli altri settori, anche per la scarsità di servizi alle imprese presenti sul territorio. Non è una critica, sottolinea Rodeschini, ma semplicemente una constatazione, dal momento che molte imprese si rivolgono alla piazza milanese anche per i servizi, impedendo così uno sviluppo forte sul territorio. Ma nulla di grave, anzi, questo è forse un dato fisiologico, infatti i valori del peso economico delle imprese sono più che accettabili, anche grazie al ruolo giocato dal settore artigianale. Sulle dimensioni delle aziende nasce la seconda riflessione: il 18% delle imprese è composta da un solo addetto, il titolare; il 57% conta da uno a nove addetti: "Essere piccoli - ha detto il docente - dovrebbe attivare logiche di aggregazione, sia per mettere in campo migliori strategie di sviluppo e commercializzazione, in particolare all'estero, sia per l'accesso all'innovazione tecnologica. In altre parole: non è vero che secondo la logica del mercato globale i piccoli debbano scomparire, ma piuttosto è necessario che si aggregino». Proseguendo nell'illustrazione dei gra-

fici, Enzo Rodeschini ha sottolineato ancora una volta la natura "terziarizzata" di Pavia, ma soprattutto il fortissimo flusso di pendolari che lavorano a Milano, circa 30.200 nel 2001. Con il 62% di occupati, tra Pavia e Milano, la nostra provincia gode di buona salute, anche se i numeri sembrano penalizzarla, proprio perché molti pavese "producono" in un'altra città (Milano appunto) e quindi rientrano nelle statistiche di Milano, in certi parametri. In ogni caso, se il valore aggiunto lombardi pro capite è sotto la media regionale (circa 20.000 euro l'anno contro i 25.000), proprio per la ragione appena esposta, le cose tornano al loro posto quando si considera il reddito annuo medio pro capite, che nella provincia di Pavia è di 17.784 euro, mentre la media regionale si attesta a 18.555: una differenza statisticamente trascurabile. Ultima annotazione, prima di cedere la parola al relatore dei dati Excelsior, è ancora sul pendolarismo: Pavia è al 54° posto nella graduatoria delle città italiane per valore aggiunto, ma se quei 30.200 lavoratori potessero produrre nella nostra provincia, quel 54° posto, che è anche l'ultimo in Lombardia, diventerebbe il 20°. E quindi: inutile ribadirlo, infrastrutture e servizi per le imprese e valorizzazione delle risorse umane sembrano essere l'unica via possibile per lo sviluppo della provincia di Pavia.



Rapporto Excelsior: le imprese puntano sui giovani

A seguito dell'intervento del dottor Enzo Rodeschini, ha preso la parola il dottor Gianni Menicatti del Gruppo Clas s.r.l. di Milano, partner del Progetto Excelsior per la metodologia, l'analisi e l'elaborazione statistica dei dati.

Il Sistema Informativo Excelsior, promosso e realizzato da Unioncamere in accordo con il Ministero del Lavoro e l'Unione Europea, si colloca stabilmente, a partire dal 1997, tra le maggiori fonti informative disponibili in Italia sui temi del mercato del lavoro e della formazione ed è inserito tra le indagini con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale. I dati raccolti su un campione di oltre 100 mila imprese italiane, aggiornati annualmente, mettono a disposizione una serie di informazioni sulla domanda di lavoro delle imprese in Italia e sulle principali caratteristiche (età, livello di istruzione, esperienza, difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione ecc.) delle figure professionali richieste. Dai dati focalizzati sulla provincia di Pavia, Gianni Menicatti ha subito sottolineato come emerga una certa difficoltà per i giovani a trovare lavoro, ma il complesso dei dati parla di una sostanziale consonanza con lo scorso anno, tranne forse una leg-

EVENTI

FORMAZIONE

gera contrazione occupazionale, in particolare nell'industria, intorno al -0,2%. Tra i dati interessanti, c'è la tipologia di domanda di lavoro: il 49,5% cerca lavoratori con esperienza, il 37% per sostituzione (questo dato è in diminuzione: un buon segno per la stabilità e lo sviluppo delle imprese); il 56,9% cerca impiegati a tempo indeterminato e il 29,8% dei casi riguarda i lavoratori immigrati. La flessione di questo dato rispetto all'anno precedente (39,3%) è da imputare al rallentamento generale della crescita. Altri dati di un certo valore, soprattutto per individuare le strategie politiche e di sviluppo del territorio, sono quelli relativi all'applicazione dei nuovi contratti di lavoro e al livello di scolarizzazione o preparazione richiesto dal mercato. Il 40% delle imprese in provincia di Pavia, nel 2004, ha usato uno dei nuovi tipi di contratto flessibili. Il part time è, infatti, generalmente in aumento. Delle assunzioni programmate nel 2005, il 39,1% riguarda personale con la scuola dell'obbligo; con un titolo di studio professionale nel 20% dei casi, uno di scuola secondaria nel 31,3% e la laurea nel 9,6%. C'è da sottolineare, come ha fatto Gianni Menicatti, che la bassa percentuale di richiesta di laureati è da imputarsi al fatto che questa indagine considera solo le imprese private e che circa il 40% dei laureati italiani trova lavoro nella Pubblica Amministrazione.

Lo studio sulla nati-mortalità delle imprese

Lo studio condotto sulla nati-mortalità delle imprese nel 2003 (i dati aggiornati al 2004 si trovano su www.pv.cam-com.it > comunicazione esterna > eventi) ha portato a stimare che delle nuove aziende nate in quell'anno, il 64,9% era costituito da imprenditori effettivamente "nuovi", ossia senza nessun legame con imprese pre-esistenti. In sintesi la dottoressa Soru di Formaper, Azienda speciale della C.C.I.A.A. di Milano, ha riassunto in queste considerazioni la demografia delle aziende pavese nel contesto lombardo:

- a Pavia è più elevato il peso delle nuove imprese create da imprenditori nuovi;
- la struttura delle imprese è più frammentata che nella media lombarda;
- il tasso di sviluppo del numero delle imprese è più limitato, ma aumenta il peso delle società di capitale;
- il modello di specializzazione tradizionale, privilegia edilizia, agricoltura, pelli e cuoio; presenza bassa ma crescente nei servizi alle imprese;
- la presenza femminile è più elevata della media, ma meno dinamica nell'ultimo anno; al contrario la presenza immigrata è più bassa ma più dinamica;
- c'è un elevato rischio di cessazione legato al ricambio generazionale.

Corsi Paviaform, gennaio-giugno 2006.

Paviaform, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, ha predisposto il catalogo gennaio/giugno 2006 dei corsi e seminari rivolti a imprenditori, dipendenti di piccole e medie imprese, professionisti e a tutti coloro che sono interessati a percorsi di aggiornamento.

GENNAIO 2006 - Gestire le riunioni - I contratti di agenzia e distribuzione nell'Unione Europea allargata.

FEBBRAIO 2006 - Governare i costi del lavoro d'ufficio - L'applicazione del nuovo codice della Privacy: il Documento Programmatico per la Sicurezza - La creazione delle presentazioni: Power Point e i criteri di scelta grafica - Il direttore di produzione, oggi - La gestione operativa delle spedizioni - La gestione della documentazione nel sistema qualità aziendale.

MARZO 2006 - Stress & Time Management - Il controllo di gestione - Formazione pratica per venditori e tecnici commerciali - Integrazione tra il Sistema Qualità e la gestione delle Risorse Umane - Interpretare il bilancio per comprendere la propria azienda.

APRILE 2006 - Come ottimizzare la partecipazione a fiere internazionali - L'utilizzo delle funzioni avanzate di Excel in ambito amministrativo - I rapporti con le banche.

MAGGIO 2006 - Amministrazione del personale - L'analisi di bilancio per indici - Comunicazione in situazioni di emergenza - L'utilizzo delle funzioni avanzate di Excel in ambito commerciale - La gestione del credito commerciale e il recupero crediti.

GIUGNO 2006 - Il budget. Strumento del controllo - Vendere all'estero: come tutelarsi? Un approccio pratico - Gestire con successo i rapporti con i fornitori.

Le iniziative hanno una durata compresa tra la mezza giornata e le due giornate e si terranno a Pavia presso le sedi di Paviaform. Per ulteriori informazioni paviaform@pv.cam-com.it o contattare Danilo Rossini, tel. 0382 393417.

Pubblica Amministrazione e digitale

Si è svolto il 29 novembre scorso, nella Sala Consiliare della Camera di Commercio, il convegno: "Basta un clic - Realtà e traguardi della Pubblica Amministrazione digitale", organizzato da Paviaform. L'incontro ha offerto un quadro il più possibile chiaro e completo dei passi che la Pubblica Amministrazione locale sta compiendo nel settore dell'e-government. Ad aprire l'incontro è stato il sistema camerale, riconosciuto come anticipatore della rivoluzione digitale; sono poi seguiti interventi della Regione Lombardia, della Provincia e dei principali Comuni. Al convegno è stato presentato anche il Portale per le imprese (www.impresa.gov.it), punto di accesso unitario a tutte le informazioni e i servizi on-line per le imprese.

Premio Scuola Creatività e Innovazione

L'Unioncamere ha dato il via alla II Edizione del Premio "Scuola, Creatività e Innovazione" per l'anno scolastico 2005-2006, rivolto agli studenti delle scuole medie superiori che mette in palio borse di studio per i ragazzi e premi in denaro per l'Istituto scolastico.

Come per la passata edizione, il Premio si articola su due livelli, uno provinciale e l'altro nazionale e si suddivide in 2 sezioni: prodotti innovativi e servizi innovativi. Per partecipare all'annualità 2005-2006 del Premio, gli Istituti scolastici devono **isciversi entro il 31 gennaio 2006** inviando la richiesta di partecipazione secondo le modalità indicate sul Regolamento scaricabile dal sito www.pv.camcom.it. Le idee, sia di prodotto che di servizio, concrete e ad elevato contenuto innovativo e creativo, devono essere espresse sotto forma di Progetti, redatti seguendo le istruzioni riportate nella Guida (allegata al regolamento). Ai vincitori verranno assegnate 6 borse-premio, destinate agli studenti, mentre i premi per gli Istituti scolastici consistono in premio in denaro da destinare all'acquisto di supporti didattici. Le borse-premio (6 in totale), saranno assegnate ai primi tre progetti classificati all'interno di ciascuna delle Sezioni del Premio: Primo classificato Euro 5.000 - secondo classificato Euro 2.500 - terzo classificato Euro 1.500.

Per informazioni: www.innovazione.unioncamere.it - **Sonia Carbone**, email: sonia.carbone@unioncamere.it

2 nuovi bandi regionali di finanziamento per le PMI in aree Obiettivo 2

Contributi a fondo perduto a sostegno della penetrazione dei mercati esteri - Misura 1.10 B - I contributi a fondo perduto sono destinati alle PMI manifatturiere e agli alberghi e sono pari al 30% delle spese sostenute per fiere internazionali all'estero ed in Lombardia svolte dal 1/4/2005 al 30/9/2006.

Le domande possono essere presentate a partire dal 10/1/2006 esclusivamente on-line sul sito della Regione Lombardia <http://62.101.84.188/industria-web/>. Il bando rimarrà aperto fino ad esaurimento delle risorse.

Contributi in conto capitale a sostegno dell'innovazione - Misura 1.2 E - I contributi sono destinati alle PMI e finanziano progetti per l'acquisizione di servizi reali inerenti: l'innovazione organizzativa e commerciale, informatica, tecnologica, l'e-business e l'attività di ricerca e sviluppo.

Il bando rimarrà aperto fino ad esaurimento delle risorse disponibili e comunque non oltre il 30/8/2006.

Ulteriori informazioni: www.pv.camcom.it>sezione Euro Info Centre - tel. 0382 393296.

La newsletter della Camera di Commercio è stata premiata al COM-PA di Bologna

Il notiziario elettronico della Camera di Commercio di Pavia (www.pv.camcom.it) ha vinto il 1° premio assegnato nell'ambito del concorso "Comunicare on line" promosso dal COM-PA, il Salone Europeo della Comunicazione Pubblica e dei Servizi al cittadino e alle imprese (www.compa.it), tenutosi a Bologna dal 3 al 5 novembre 2005. Il concorso, rivolto alle newsletter editate da Pubbliche Amministrazioni, Aziende Sanitarie, Università e Local Utilities, ha voluto premiare la qualità dell'informazione veicolata con l'uso delle nuove tecnologie, la professionalità e l'efficacia con cui vengono comunicate notizie ed informazioni di interesse per cittadini e imprese. Tra le 100 newsletter in gara, la giuria del concorso ha decretato la newsletter della C.C.I.A.A. di Pavia vincitrice del 1° premio in palio, per grafica compatta e ben strutturata, stile chiaro, organizzazione ragionata e leggera dei contenuti.

Regolamento privacy: ora è on line

Il 14 dicembre 2005, con Delibera n. 192, la Giunta della Camera di Commercio di Pavia ha approvato il testo del Regolamento per il trattamento dei dati sensibili e giudiziari. Il Regolamento può essere scaricato integralmente dalla sezione Ufficio Relazioni con il Pubblico del sito www.pv.camcom.it.

Presentato il libro di San Siro 2005



Riprendendo una bella tradizione pavese che ha sempre visto la partecipazione di un folto pubblico nel giorno del Patrono, quest'anno la Camera di Commercio di Pavia e le Edizioni Effigie hanno presentato "Il libro di San Siro 2005": La Cagna del

Ponte e La casa di via Robolini di Mino Milani. Ne hanno parlato con l'autore Renata Crotti e Bianca Garavelli lo scorso 9 dicembre 2005, giorno del Patrono, presso la sede della Camera di Commercio di Pavia.

Agevolazioni finanziarie alle imprese femminili: al via il 6° bando della legge 215/92

Il 5 dicembre 2005 il Ministro delle Attività produttive ha firmato il Decreto (pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 291 del 15.12.2005) che fissa i termini per la concessione di agevolazioni finanziarie all'imprenditoria femminile, previste dalla legge 215 del 1992.

La dotazione finanziaria complessiva è di 88,5 milioni di euro, di cui 12 milioni di cofinanziamento da parte delle Regioni, ed è volta allo sviluppo e alla promozione di nuove attività imprenditoriali a conduzione femminile.

Beneficiarie delle agevolazioni saranno le piccole imprese, costituite prevalentemente da donne, operanti sull'intero territorio nazionale.

Il termine per la presentazione delle domande a valere su questo 6° bando della 215/92 scade il 16 marzo 2006.

La circolare e la modulistica sono disponibili sul sito del Ministero delle Attività Produttive (www.minindustria.it) e sul portale dei Comitati per l'Imprenditoria femminile (www.if-imprenditoriafemminile.it).

Per ulteriori informazioni consulta il sito www.pv.camcom.it, sezione imprenditoria femminile.

Premi Unioncamere per le imprese

Visti i soddisfacenti risultati raggiunti nelle precedenti edizioni, l'Unione Italiana delle Camere di Commercio ripropone per il 2006 tre categorie di premi per le imprese. Il Premio "GIOVANE IMPRESA INNOVATIVA" è rivolto a quelle imprese italiane, nate negli ultimi 5 anni, che si sono distinte nella valorizzazione economica di innovazioni e invenzioni sviluppate dall'impresa stessa o da soggetti terzi (ma non ancora utilizzate).

Il Premio "IMPRESA LONGEVA E DI SUCCESSO" è volto a premiare, fra le aziende italiane registrate come attive al Registro delle Imprese della Camera di Commercio, quelle caratterizzate da longevità, solidità e successo.

Il Premio "IMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABILE" intende premiare le imprese che si sono distinte per attività e azioni orientate ai principi di responsabilità sociale (Corporate Social Responsibility).

Le imprese sono invitate a presentare la Scheda di adesione e l'ulteriore documentazione richiesta dal relativo Bando, sia a Unioncamere, sia alla Camera di Commercio di Pavia entro il 30 marzo 2006.

Informazioni: M. L. Pagano tel. 0382 393227 e sul sito web: www.unioncamere.it/premi/premi1.asp.

Corsi per neo imprenditori e per chi vuole orientarsi all'imprenditorialità

Paviaform con il Punto Nuova Impresa ha messo a punto il programma di seminari di orientamento per aspiranti imprenditori e corsi brevi per neo-imprenditori suddivisi in percorsi di base e specialistici destinati ai neo-imprenditori della provincia e a tutti coloro che vogliono intraprendere consapevolmente un'attività imprenditoriale. Il programma, da gennaio a luglio 2006 prevede iniziative gratuite e a pagamento. Grazie al contributo del Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile, **le donne che si iscriveranno ai corsi avranno una riduzione di 10 euro** sulla quota di partecipazione. (Prezzi Iva esclusa).

Corsi base:

- Come valutare la fattibilità economico-finanziaria della propria idea imprenditoriale (23.1.2006) euro 40,00.
- Mettersi in proprio: aspetti fiscali, amministrativi e contabili (6.2.2006) euro 40,00.
- Come fare una ricerca di mercato: tecniche e strumenti (9.2.2006) euro 40,00.
- La nuova impresa: come finanziarla (13.2.2006) euro 40,00 (sede: Vigevano).
- Creare un'impresa cooperativa. Svantaggi e vantaggi e un confronto con le altre forme giuridiche (16.3.2006) euro 40,00.
- Seminario di orientamento al mettersi in proprio "imprenditori oggi" (17.5.2006) gratuito.

Corsi specialistici:

- Creare un'impresa di servizi per l'infanzia (17.3.2006) euro 40,00.
- Creare un'impresa innovativa (7.4.2006) euro 40,00.
- Consigli pratici per avviare un'attività di lavoro autonomo o d'impresa nel settore della sicurezza, qualità e ambiente (11.4.2006) euro 40,00.
- Il bilancio per non addetti: come valutare lo "stato di salute" della mia impresa (21 e 28.4.2006) euro 80,00.
- Creare una impresa nel turismo (8.5.2006) euro 40,00 (sede: Vigevano).
- Negoziare per vendere. Tecniche e strumenti di negoziazione nelle relazioni personali e nelle vendite per la nuova impresa (25.5.2006) euro 40,00.
- L'impresa e il diritto: definizione, contratti, obbligazioni, titoli di credito e fallimento (15.6.2006) euro 40,00.
- Creare un'impresa in franchising (16.6.2006) euro 40,00.
- Come comunicare l'immagine aziendale con efficienza e con efficacia (22.6.2006) euro 40,00.
- Come formulare il prezzo di vendita e calcolare i preventivi (4 e 11.7.2006) euro 80,00.

Info: Vanessa Biffi, tel. 0382 393235



Vindesign seconda edizione. Torna a maggio la mostra sul design del vino e accessori

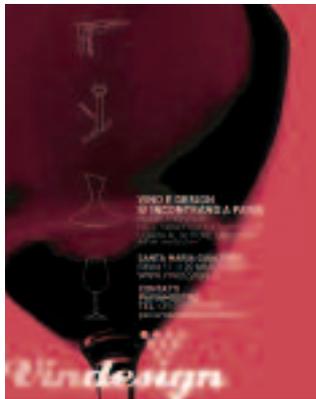
Dopo il positivo riscontro della prima edizione della manifestazione, la Camera di Commercio di Pavia, attraverso la propria Azienda Speciale Paviamostre, sta organizzando la seconda edizione di Vindesign - Progetti, Prototipi e Prodotti di oggettistica innovativa di consumo inerente il servizio del Vino ed Alcolici.

La nuova edizione di Vindesign, che si svolgerà dal 25 al 29 maggio 2006, sempre in collaborazione con CNA PAVIA, prevede molte novità. Anzitutto, rispetto all'edizione 2005, saranno presenti quali espositori un maggior numero di designer, alcuni a livello internazionale, con l'introduzione di elementi innovativi e diversificati. Il numero di progetti oscillerà tra 30 e 40 ed includerà la tipologia delle bottiglie, dei bicchieri e delle etichette. Tutti i nuovi progetti prevederanno accessori ad uso domestico o semi-professionale con la presenza, quest'anno, anche di accessori per il servizio di alcolici e superalcolici.

Gli studi di design invitati e presenti saranno circa una ventina; si avranno così circa 40 progetti esposti con un conseguente aumento di visibilità e prestigio dell'evento. Questo settore di promozione e "cultura" è denominato VIN&DESIGN PROGRESS. Inoltre, mentre nel 2005 il coinvolgimento degli artigiani e PMI era a valle della catena di creazione del progetto, ora il loro coinvolgimento è a monte, con la realizzazione immediata del progetto abbinato. Aumenterà così la visibilità del progetto/prodotto a livello commerciale; per questo verrà incentivata e sostenuta la realizzazione di piccole serie di oggetti già vendibili direttamente in mostra e marchiati VINDESIGN2006 sfruttando la forza dell'evento, dal momento che le serie sono pronte per la vendita. Le imprese artigiane che saranno presenti affiancando alcuni dei designer per la realizzazione di prodotti in serie ricavati dai progetti presenti devono avere la sede in provincia di Pavia, non escludendo comunque aziende lombarde.

Una novità sarà poi rappresentata dalla progettazione, nell'ambito del sito di mostra già esistente, di "VINDESIGN-CYBERSHOP", una vetrina virtuale di promozione e vendita on line degli oggetti proposti, con possibilità di acquisto anche dall'estero; in questo modo si incrementano le possibilità di commercializzare i prodotti in modo semplice ed economico, non limitato al territorio nazionale.

Un prezioso "alleato" per le PMI contro la concorrenza globale; infatti, tra le difficoltà in cui si dibattono le PMI ci



sono la diminuzione dei consumi familiari, le problematiche relative alla grande distribuzione e la globalizzazione dei mercati soprattutto con l'arrivo del "made in China". Possibile e corretto quindi integrare il tradizionale business con le opportunità offerte dal commercio elettronico.

Dopo il positivo riscontro 2005, anche per l'edizione 2006 verrà coinvolta l'Università di Pavia, Dipartimento di Economia, su temi mirati alla commercializzazione degli accessori, focalizzando gli sforzi dell'Università a fini formativi ed operativi/commerciali.

Infine, anziché lasciare gli oggetti immagazzinati e non visibili, verrà creata una collezione di progetti e prodotti 2005-2006 itinerante. Già quest'anno c'è stata richiesta; si documenterebbe così l'esperienza dando risalto alla filiera produttiva creata.

Per quanto riguarda l'area espositiva, sono in corso accordi con il Comune affinché la mostra possa essere allestita al Palazzo del Broletto, in piazza della Vittoria, recentemente ristrutturato.

Pavia torna alla BIT, dal 18 al 21 febbraio 2006

E' per metà febbraio, dal 18 al 21, alla Fiera di Milano, l'appuntamento annuale con la BIT, Borsa Internazionale del Turismo, alla quale Pavia e la sua provincia non manca mai con il pacchetto delle proprie proposte. Nel padiglione 19 della Fiera di Milano sarà infatti presente la completa proposta turistico-culturale della provincia di Pavia in un'area espositiva di mq.365, all'interno dello spazio dedicato al sistema turistico PO di LOMBARDIA e con le province di Lodi, Cremona e Mantova. All'interno di tale area, su uno spazio di circa mq. 130, saranno presenti, con diversi momenti promozionali, l'Assessorato al Turismo della Provincia di Pavia, il Comune di Pavia - Assessorato alle Politiche Culturali, Comunicazione e Promozione della città, la Camera di Commercio di Pavia ed i Comuni della Lomellina. Inoltre sarà rappresentato anche l'Oltrepò con le città di Broni, Casteggio, Stradella, Voghera ed il Consorzio Prodotti Tipici Comunità Montana O.P. Il coordinamento dello spazio espositivo e delle attività è affidato a Paviamostre, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia. L'obiettivo che si cercherà di raggiungere alla BIT sarà quello di far conoscere le diverse proposte promosse dagli enti e dalle strutture presenti: incontri, comunicati stampa, mini-interventi e presentazioni specifiche saranno gli strumenti per presentare un ventaglio ampio della proposta turistica e culturale della provincia di Pavia sia sulle attività esistenti sia sui progetti futuri.

Per informazioni dettagliate sul programma, rivolgersi a Paviamostre (tel. 0382 393408) o all'Assessorato al Turismo della Provincia di Pavia.