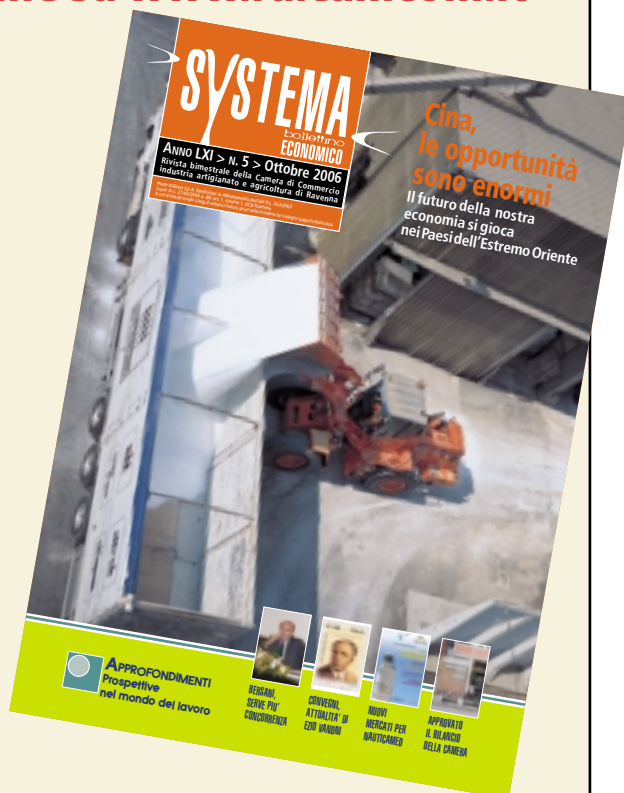




Camera di Commercio
Ravenna

puoi trovare **Systema** anche
on line su www.ra.camcom.it



sul sito puoi trovare, inoltre,
tutto quello che vuoi sapere su:

- firma digitale e carta nazionale dei servizi (C.N.S.)
- registro imprese on line (Telemaco)
- arbitrato e conciliazione
- legalmail (la posta elettronica con valore legale)

SYSTEMA

bollettino
ECONOMICO

Periodico bimestrale della Camera di Commercio,
industria, artigianato e agricoltura di Ravenna
Anno LXI numero 6 dicembre 2006
Poste Italiane S.p.a. Spedizione in abb. post. D.L.
353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1,
comma 1 DCB Ravenna.

Reg. Tribunale di Ravenna Decreto n. 418 del
21/05/1960

Tiratura 15.000 copie

Direttore Gianfranco Bessi

Presidente Camera di Commercio di Ravenna

Direttore responsabile Paola Morigi

Segretario generale

Camera di Commercio di Ravenna

Gruppo redazionale

Cinzia Bolognesi, Roberto Finetto,

Maria Elisabetta Ghiselli, Edoardo Godoli,

Fabiola Licastro, Laura Lizzani,

Giovanni Casadei Monti, Paola Morigi,

Barbara Naldini, Maria Cristina Venturelli,

Daniilo Zoli

Segreteria di redazione

Alessandra Del Sordo

Tel. 0544 481404 Fax 0544 481407

alessandra.del.sordo@ra.camcom.it

Hanno collaborato a questo numero:

Daniele Argelli, Eraldo Baldini, Barbara Bartoli,

Tiziano Cerignola, Pina Macri,

Andrea Minardi

Foto

Camera di Commercio di Ravenna

Giampiero Corelli,

Unione Prodotto Costa

Coordinamento redazione

Mistral Comunicazione Globale sas

di Venturelli M. Vittoria e C.

Progetto grafico

Tuttifrutti - Ravenna

Impaginazione e fotolito

Full Service - Ravenna

Pubblicità



P.zza Bernini 6 - Ravenna

Tel. 0544 511311 Fax 0544 511555

info@publimediaitalia.com

www.publimediaitalia.com

Iscrizione R.O.C. 3083

Stampa

Tipografia Moderna - Ravenna

Direzione e amministrazione

Viale Farini, 14

48100 Ravenna

Tel. 0544 481311

Fax 0544 481500 c.p. 370

www.ra.camcom.it

Per segnalare errori nell'indirizzo
postale a cui viene inviato **Systema**,
mettersi in contatto con

Ufficio Studi

Camera di commercio di Ravenna

fax 0544 481500

studi@ra.camcom.it



DICEMBRE 2006

- >5< **EDITORIALE**
Finanziaria & sviluppo di **GIANFRANCO BESSI**
- >6< **ECONOMIA**
La velocità delle scelte
- >9< **TECNOLOGIA**
Ricerca e sviluppo, al via il bando di **DANIELE ARGELLI**
- >11< **INNOVAZIONE**
Artigianato di servizio, un fondo per le imprese di **BARBARA NALDINI**
- >13< **SOLIDARIETÀ**
Economia sociale al Villaggio Globale di **ANDREA MINARDI**
- INTERNAZIONALIZZAZIONE**
- >17< Eurosportello, le iniziative del 2007 di **GIOVANNI CASADEI MONTI**
- >20< Scommettere sull'India di **PINA MACRÌ**
-  **APPROFONDIMENTI**
2007: il credito sarà più rosa?
- >34< **ORDINI, ALBI E COLLEGI**
Creare un'impresa di **TIZIANO CERIGNOLA**
- >37< **NORMATIVA**
Concorsi a premi, le regole da applicare di **DANILO ZOLI**
- >41< **ARTE**
Ravenna, "Architetture in vetrina" di **BARBARA BARTOLI**
- >44< **CONSUMI**
Sicurezza alimentare, le linee della UE di **DANILO ZOLI**
- >47< **SERVIZI**
Registro imprese, la sfida futura di **MARIA CRISTINA VENTURELLI**
- >51< **PIACERI**
Piccole tradizioni di fine inverno di **ERALDO BALDINI**
- >53< **LIBRI**
Cultura popolare e dialetto di **ERALDO BALDINI**
- >54< **TURISMO**
Marketing ed eventi nel 2007

FINANZIARIA & SVILUPPO di GIANFRANCO BESSI

Il 2007 sarà certamente un anno molto importante per la nostra economia.

Ormai da qualche tempo vi sono segnali consistenti di ripresa del sistema produttivo, che hanno però assolutamente bisogno di consolidarsi, per affrontare con adeguata forza la concorrenza internazionale.

Per quanto riguarda Ravenna, la Finanziaria ha dotato la nostra provincia di alcuni importanti strumenti per dare consistenza alla ripresa, soprattutto in prospettiva.

Innanzitutto, lo sblocco dei fondi per i porti costituisce un provvedimento di grande importanza per il nostro scalo.

I tecnici del ministero hanno individuato nello scalo ravennate uno dei porti di riferimento del sistema-Paese.

Grazie allo sblocco di oltre 150 milioni di euro, potranno essere realizzate opere infrastrutturali che potenzieranno ulteriormente il nostro porto.

Contemporaneamente potrà essere avviata concretamente la progettazione dell'ulteriore approfondimento dei fondali a -14,50 metri, condizione indispensabile per posizionare il nostro porto al vertice della graduatoria nazionale.

Giudico altresì importante il nuovo approccio della Finanzia-

ria rispetto alle grandi opere infrastrutturali.

Non più un elenco sterminato di strade da costruire, ma l'individuazione di priorità sulle quali realizzare veramente una nuova immagine del Paese: non più quella di immense file, ma quella di un moderno sistema di comunicazione (stradale, ferroviaria, marittima, telematica) che guarda all'Europa e si adegua all'Europa.

Tra queste priorità il Governo ha inserito la E55, da Cesena a Mestre. Abbiamo visto con piacere la nascita di un Tavolo romagnolo dei parlamentari per fare lobby a sostegno della Nuova Romea. Questa deve essere la legislatura decisiva per la E55; in caso contrario, continueremo a parlare della Ravenna-Mestre per altri 20 anni.

In Finanziaria sono contenuti altri due provvedimenti, che interessano da vicino la nostra economia.

L'agricoltura ha, finalmente, la dovuta attenzione. Si tratta di un settore che attraversa una profonda fase di ristrutturazione.

Abbiamo il Made in Italy che deve essere assolutamente sostenuto anche sul piano della commercializzazione, come arma per reggere la competitività con nuovi Paesi produttori che immettono sui mercati prodotti cer-

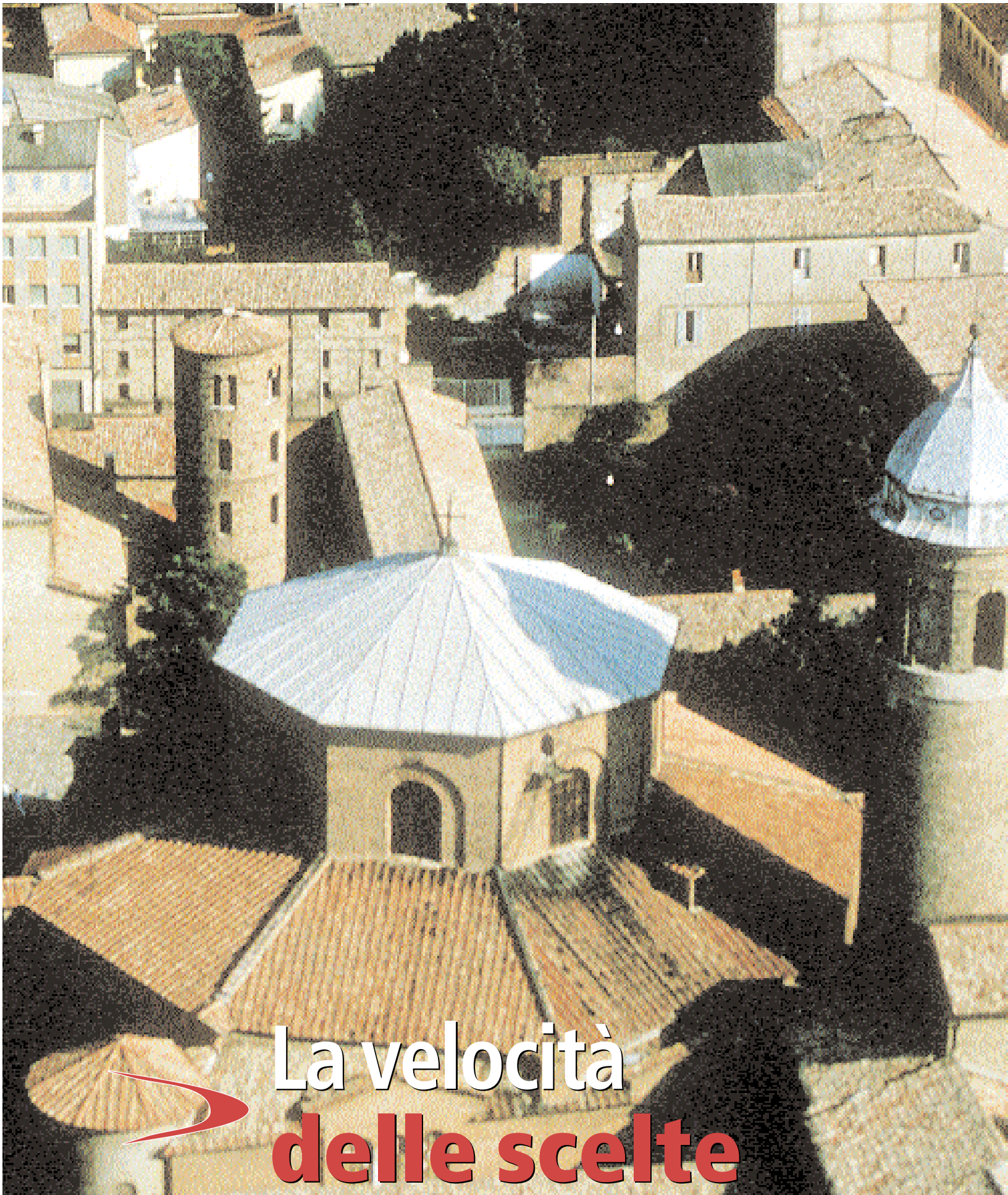
tamente privi della nostra qualità.

In secondo luogo, i canoni demaniali: la decisione di non procedere più con aumenti del 300%, è molto significativa.

Il settore turistico può tirare un sospiro di sollievo.

Gianfranco Bessi, Presidente della Camera di Commercio di Ravenna





La velocità
delle scelte

L'anno si chiude con due importanti dati riferiti al nostro sistema economico: il traffico mercantile registrato dal porto di Ravenna e il trend delle esportazioni. Sono due segnalatori che danno la giusta dimensione dell'andamento economico provinciale.

Il porto chiude il 2006 con 26 milioni di merci movimentate e riprende, quindi, un trend rialzista che segnala un recupero dei traffici dopo alcuni anni di difficoltà. Si tratta di un dato confortante, soprattutto se affiancato alla nuova progettualità resa possibile anche dallo sblocco di oltre 150 milioni di euro previsti in Finanziaria. Approfondimento dei fondali a -14,50 metri, apertura del cantiere per il nuovo terminal delle crociere, nuovo terminal container, investimento di 10 milioni di euro della Sapir per l'acquisto dell'area per la logistica: sono tutti elementi che danno respiro all'economia territoriale.

Il bilancio dell'export è ulteriormente significativo. In tempi di mercati globali l'andamento delle esportazioni è il segnale del grado di competitività di un sistema economico. Come dice l'Istat, le imprese della nostra provincia stanno realizzando ottime performance sui mercati internazionali, con tassi di incremento delle esportazioni superiori alle imprese delle altre province della regione e della media nazionale: nel terzo trimestre di quest'anno il tasso è stato pari al 16,1% rispetto all'analogo periodo del 2005, ben più del 9,3% registrato dalla media delle altre province della regione e del 7,4% della media nazionale (esclusa l'Emilia-Romagna).

Si tratta di dati che vanno letti alla luce della scarsa propensione verso l'export, dimostrata fino a pochissimi anni fa, dal sistema ravennate. Disaggregandoli, si evince che la meccanica è in terreno positivo, così come l'abbigliamento, che risente positivamente della campagna in favore del 'made in Italy'. Non altrettanto si può dire del calzaturiero. Quella della valorizzazione del 'made in Italy' è la strada da seguire anche per la nostra agricoltura, alle pre-

se con problemi di competitività dai quali si esce puntando sulla qualità del prodotto e su una più massiccia opera commerciale.

La chimica, altro settore strategico per la nostra realtà con una forte vocazione alle esportazioni, cresce trainata dalla ripresa della domanda estera.

Sull'evoluzione nel prossimo futuro del Distretto chimico provinciale, il fattore indubbiamente più rilevante è rappresentato dai 140 milioni di investimenti contenuti nel piano quadriennale di Polimeri Europa, destinati al potenziamento degli apparati produttivi dello stabilimento ravennate.

Il mercato di sbocco dell'export provinciale è costituito prevalentemente dall'area euro, ma in questa fase si registra una decisa espansione delle merci esportate verso i paesi dell'Europa centrale, in parte già entrati nell'Unione Europea, in parte (Bulgaria e Romania) prossimi ad entrarvi. Questi paesi da anni stanno registrando intensi ritmi di sviluppo e sono sempre più inseriti nei mercati internazionali sia in termini

di esportazioni che di importazioni.

Nel 2007 la Camera di commercio ha deciso di investire 3,2 milioni di euro per la promozione dell'economia. Un investimento importante, particolarmente per l'internazionalizzazione.

Ma appare altrettanto strategico, per consolidare questo trend positivo, procedere sul fronte delle infrastrutture.

La E55 nel tratto Cesena-Ravenna-Mestre, all'interno della più generale e articolata scelta del Corridoio Adriatico rappresenta un'opera fondamentale per lo sviluppo di Ravenna e del porto. Aspettative altrettanto rilevanti sono riposte nella realizzazione delle autostrade del mare e nel potenziamento della rete ferroviaria.

Senza nuovi collegamenti si creano due fronti problematici.

Il primo riguarda le difficoltà delle merci a raggiungere i centri di destinazione. A questo proposito bene ha fatto l'Autorità portuale a commis-

“
Il porto chiude il 2006 con 26 milioni di merci movimentate. Significativo anche il bilancio dell'export delle imprese
 ”



Cervia





sionare uno studio sulle aree di destinazione delle merci che arrivano al porto: sulla base di questa analisi, sarà possibile individuare i sistemi di trasporto più efficaci per arrivare nei centri di destinazione. Il secondo fronte è connesso alla tutela ambientale.

L'intasamento delle strade ha raggiunto un livello non più sopportabile, con pesanti conseguenze dovute ai gas di scarico e alla sicurezza delle persone. L'ammodernamento infrastrutturale del paese è quanto mai urgente anche per questo fondamentale motivo.

66be

PROGETTO FAMIGLIA

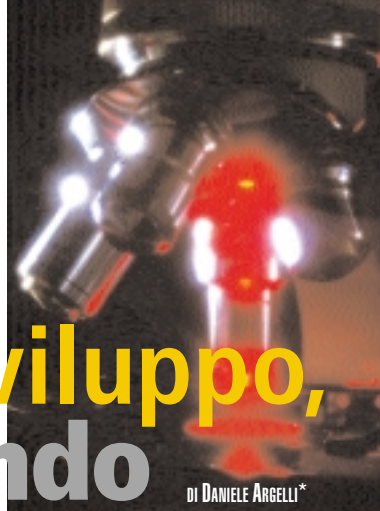
la certezza di essere al sicuro

Scegli i tasselli per chiudere il tuo "cerchio"


Banca di Romagna
gruppo
UNIBANCA

www.bancadiromagna.it

Studio Stracchi Lugo



Ricerca e sviluppo, al via il bando

DI DANIELE ARGELLI*

Con la pubblicazione il 22 dicembre del primo bando, prende ufficialmente avvio il Settimo Programma Quadro di Ricerca e Sviluppo Tecnologico, il principale strumento finanziario mediante il quale l'Unione Europea supporta le attività di ricerca e sviluppo relative a praticamente tutte le discipline scientifiche.

In linea con la Strategia di Lisbona, intesa a fare dell'Unione Europea l'economia più dinamica e più competitiva del mondo entro il 2010, il programma, che sarà attivo dal 2007 al 2013 ed avrà una dotazione finanziaria di oltre 50 miliardi di euro, persegue gli obiettivi di portare quanto più possibile ad integrazione il mondo produttivo ed il mondo della ricerca.

Il 7PQ è suddiviso in quattro programmi specifici. Il primo programma si chiama "Cooperazione" e supporta la collaborazione transnazionale fra università, industria, centri di ricerca ed enti pubblici in tutta l'Unione Europea ed anche al di fuori di essa su temi quali la salute, i prodotti alimentari, l'agricoltura e le biotecnologie, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, le nanotecnologie, l'energia, l'ambiente, i trasporti, le scienze socioeconomiche ed umane, lo spazio.

Il secondo programma si chiama "Idee" e supporta la ricerca di frontiera nonché soluzioni innovative per i problemi sociali ed ambientali ed è rivolto in primo luogo ai ricercatori. Il terzo programma si chiama "Persone" ed è anch'esso rivolto ai ricercatori. Mira infatti a migliorare la qualità del potenziale umano nella ricerca e sviluppo, ad incrementare il numero di ricercatori ed a rendere l'Europa più attraente per i migliori ricercatori in tutto il mondo.

“
È il principale strumento finanziario con cui la UE supporta tutte le discipline scientifiche
”

Il quarto programma si chiama "Capacità" ed è il programma di maggior interesse per le pmi. Uno degli obiettivi di questo programma, infatti, è quello di rafforzare la capacità innovativa delle pmi europee, nonché il loro contributo allo sviluppo di nuovi prodotti ad alto contenuto tecnologico.

Siccome i costi della ricerca sono spesso troppo alti per aziende di piccole-medie dimensioni, il programma nasce per aiutare le imprese a raggiungere questo obiettivo incoraggiandole a rivolgersi a centri esterni come "fornitori" di ricerca, ad estendere le proprie reti di relazioni, a sfruttare meglio i propri risultati e ad acquisire know-how tecnologico. I progetti devono coinvolgere associazioni di pmi con bisogni tecnologici analoghi o complementari e centri di ricerca, nonché anche pmi individuali.

Operativamente, le imprese italiane possono beneficiare dei finanziamenti del Programma Quadro inviando progetti in occasione delle uscite dei bandi. Alla luce di quanto appena detto e della logica di fondo dell'intero programma, che prevede che i progetti vengano presentati da un partenariato di attori di vari paesi europei allo scopo di realizzare quello che viene definito come "valore aggiunto europeo", diventa strategico per le imprese adottare un approccio collaborativo in primo luogo con i "fornitori" di ricerca, ed in secondo luogo con imprese ad esse complementari o comunque che condividono gli stessi bisogni tecnologici, anche al di fuori dei confini nazionali.

Essendo infatti molto difficile pensare di predisporre una buona proposta nelle poche settimane che di solito intercorrono fra l'uscita del bando e la data di scadenza se non si hanno già rapporti consolidati e progetti ben definiti, è consigliabile che i soggetti che intendono partecipare al programma adottino la logica del Programma Quadro e cerchino di intensificare rapporti di collaborazione sui temi di loro interesse ben prima dell'uscita del bando.

*Azienda Speciale SIDI Eurosportello
Camera di Commercio di Ravenna

INFO

Tutte le informazioni sul programma, nonché i recapiti dei punti di contatto nazionali, sono disponibili al sito www.cordis.lu.qualitàdei servizi

Artigianato di servizio, un fondo per le imprese

di BARBARA NALDINI*

Dopo la positiva esperienza del “Fondo a sostegno della piccola impresa commerciale” che ha consentito di erogare 100.000 euro alle imprese commerciali del territorio provinciale per investimenti di riqualificazione, prosegue la concertazione tra Camera di Commercio e Provincia di Ravenna per sostenere le imprese che decidono di investire per innovare e qualificare la loro attività.

È stato infatti individuato un nuovo filone di intervento che riguarda l'artigianato di servizio.

La rarefazione degli esercizi commerciali, così come dei servizi e dell'artigianato, innesca infatti processi involutivi che portano al degrado degli ambienti urbani e rurali con costi sociali, ambientali ed economici inaccettabili. Per questo, la Camera di commercio e l'Amministrazione Provinciale di Ravenna hanno costituito un fondo finalizzato a incentivare la costituzione di nuove attività dell'artigianato di servizio ed a sostenere interventi di qualificazione di quelle esistenti, in particolare nei centri abitati del forese, della collina e nei centri storici.

Diversamente da quanto avvenuto per gli altri fondi concertati tra i due enti che mettevano a disposizione delle imprese risorse a fondo perduto, in questo caso si è optato per la modalità dell'erogazione in conto interessi, nella convinzione che questo possa innescare un volume di investimenti molto maggiore a vantaggio quindi dello sviluppo del territorio. Per l'anno 2006 sono stati stanziati 80.000 euro complessivamente dai due enti che, attraverso l'erogazione di prestiti in conto interessi, attiveranno investimenti sul territorio per circa 2 milioni di euro.

Il fondo sarà gestito dalla Cooperativa artigiana di Garanzia della Provincia di Ravenna FinanziArti, attraverso l'erogazione di finanziamenti agevolati che prevedono una percentuale di abbattimento sino al 70% del tasso di riferimento artigiano (oggi pari ad un abbattimento di 3,85 punti). Le imprese che potranno accedere ai finanziamenti sono quelle dei settori:

– autoriparazione, moto e cicli (meccanici, carrozzieri, gommisti ed

elettrauto);

- riparazione elettrodomestici e apparecchiature elettroniche;
- pulitintolavanderie e stirerie;
- servizi alla persona (acconciatori ed estetisti);
- riparazione calzature.

Sono ammissibili gli investimenti relativi ad azioni per favorire lo sviluppo del sistema imprenditoriale quali, ad esempio progetti volti a:

- favorire insediamenti di nuove imprese;
- preservare le attività carenti in determinate zone;
- sviluppare le attività già esistenti ed a rischio di cessazione attraverso il sostegno al ricambio generazionale;
- migliorare l'efficacia la qualità e la tipologia dei servizi offerti alla comunità, anche attraverso innovazione di tipo tecnologico nei macchinari e nella strumentazione;
- attivare e/o qualificare centri di servizi intersettoriali.

Potranno accedere alle agevolazioni le imprese che hanno effettuato investimenti contemplati dal regolamento a partire dal 1° gennaio 2006 o che le effettueranno nel prossimo anno, fino ad esaurimento del fondo.

Le imprese interessate potranno rivolgersi per informazioni e per la predisposizione della richiesta di finanziamento presso:

FinanziArti c/o CNA, viale Randi 90
– FinanziArti c/o Confartigianato, via Berlinguer 8 o rivolgendosi a tutti gli uffici CNA e Confartigianato della provincia di Ravenna.

* Responsabile Servizio
Promozione Camera
di Commercio di Ravenna

Porto Intermodale Ravenna S.p.a.



Porto Commerciale
San Vitale area 80 Ha
Terminal Containers
capacità di movimentazione
250.000 CT

Terminal Merci Varie
1.500 m. di banchina
150.000 mq. di piazzali
75.000 mq. di magazzini coperti

Parco Serbatoi
capacità complessiva
120.000 mc.

Darsena S. Vitale
48100 RAVENNA
Tel. 0544 289711
Fax 0544 289901
e-mail: segreteria@sapir.it
internet: www.sapir.it

Economia sociale al Villaggio Globale

di ANDREA MINARDI*

È possibile ridurre la povertà? È possibile introdurre in interi Paesi il rispetto dei diritti umani e del lavoro, promuovendo la piccola-media impresa artigiana, agricola e di trasformazione, vendendo prodotti che parlano di culture antiche, belli e rispettosi dell'ambiente? L'esperienza del commercio equo e solidale con la sua ormai quarantennale storia, dimostra che è possibile.

In Europa ci sono più di 3.000 botteghe del commercio equo e solidale con oltre 70.000 volontari ed una rilevanza economica di più di 400 milioni di Euro.

Nei paesi del Sud del Mondo il Commercio Equo e Solidale intrattiene rapporti continuativi con più di 900 gruppi di produttori in 40 paesi di Africa, Asia e America Latina e da questo positivo circolo economico traggono benefici più di 1 milione di artigiani e contadini, le loro famiglie e le loro comunità locali.

In Italia il commercio equo rappresenta una solida esperienza di economia sociale con oltre 500 botteghe del mondo attive su tutto il territorio nazionale, una decina di or-

“
Nel ravennate, dal 1999 la cooperativa sostiene il commercio equo e solidale in tre punti vendita
”

ganizzazioni di sviluppo e importazione, 400 persone impegnate professionalmente accanto a 10.000 volontari.

A Ravenna dal 1999, il Villaggio Globale (una associazione di volontariato ed ora anche una cooperativa sociale) sostiene il commercio equo e solidale attraverso le botteghe del mondo di via Venezia a Ravenna e di corso Farini a Russi, e con il gruppo attivo presso la parrocchia di Cervia.

Una bottega del mondo è il punto d'incontro di tre attività chiave: si fa "commercio", si sostiene un prezzo equo, si coltiva una relazione diretta con i produttori. L'importanza della bottega sta proprio nel suo essere un luogo aperto alla

conoscenza e disponibile ad un confronto con chi, fino ad ora, non si è mai posto il problema della provenienza di ciò che acquista, delle condizioni di vita dei produttori e di quanta parte del prezzo di acquisto vada a remunerare il loro lavoro.

Nelle botteghe del mondo si possono maneggiare oggetti di artigianato o prodotti alimentari che sono passati prima di tutto dalle mani dei produttori. Con cura e attenzione, dalla produzione all'exportazione, ogni prodotto è seguito da persone che col tempo sono diventate esperte, attente ed intenditrici delle risorse della propria terra. Risorse che sono state messe a frutto e non cedute alle richieste delle imprese che premono per possedere brevetti, territori, manodopera semigratuita. Svincolarsi dal circolo vizioso della dipendenza, da chi pretende di portare ricchezza in termini di lavoro, finendo invece per inquinare i luoghi di produzione e per sfruttare il lavoro locale a basso costo: opporsi a queste logiche è la prima ambizione del com-



IL PREZZO TRASPARENTE NEL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

Composizione del prezzo di 250 gr. di caffè miscela classica

Prezzo al produttore	41,5%
Costi accessori (costi doganali, magazzinaggio, torrefazione, trasporto, assicurazione, ecc.)	20,9%
Margine importatore	15,6%
Margine medio Bottega	22%

INFO

www.altromercato.it
www.commercioalternativo.it
www.agices.org
www.roba.coop
www.tessereilfuturo.it
www.liberomondo.it

mercio equo, che ha ormai prodotto risultati concreti sia in Asia, sia in Africa, sia in America Latina. I produttori del commercio equo sono organizzati in piccole leghe o cooperative di villaggio, non utilizzano nessuna intermediazione speculativa di grossisti locali. Attraverso il rapporto diretto con le organizzazioni di commercio equo e solidale i produttori possono pattuire il prezzo dei prodotti e quindi ottenere una retribuzione dignitosa. I prodotti sono lavorati e confezionati attraverso la manodopera di persone competenti, attente al-

l'utilizzo di materie prime locali, naturali e biologiche. In nessun caso si tollera lo sfruttamento del lavoro minorile. Spesso le famiglie dei produttori riescono a mandare tutti i propri figli a scuola, a migliorare le loro condizioni di vita, a progettare un futuro che vada più in là del prossimo pasto.

Il Villaggio Globale svolge anche un fondamentale lavoro di sensibilizzazione e informazione attraverso l'organizzazione di eventi culturali, di corsi di formazione e, soprattutto, di percorsi educativi nelle scuole.

A questo aggiungiamo la realizzazione di incontri pubblici e di campagne tematiche che possano fornire alla società civile utili strumenti di comprensione di realtà specifiche, quali il commercio equo e la finanza solidale, l'agricoltura, l'ambiente, la biodiversità e le biotecnologie, i diritti umani, la sovranità alimentare e il diritto di ogni paese ad uno sviluppo equo e

sostenibile.

Infine, presso il Villaggio Globale è possibile informarsi sui criteri ed i programmi di Turismo Responsabile: un modo concreto di sostenere le comunità locali dei Paesi che molti di noi visitano come turisti, spesso troppo superficialmente.

Tutte queste attività vogliono essere, in sostanza, proposte concrete di partecipazione, il cui obiettivo è stimolare la definizione di una nuova modalità di relazione economica e di conoscenza basata sul rispetto, l'apertura e il dialogo, ponendo così le basi di una convivenza mondiale nel segno della fratellanza.

Il Villaggio Globale è in via Venezia 26 - Ravenna
 Tel./fax 0544218049
info@villaggioglobale.ra.it
www.villaggioglobale.ra.it

* Responsabile
 Villaggio Globale - Ravenna

LA VOCE DEI PRODUTTORI

La cosa più bella è avere cominciato a vendere a un prezzo giusto.

I tessuti raccontano la nostra storia e sono la nostra cultura. Adesso che conosciamo un poco lo spagnolo, è un arricchimento perché possiamo tradurre, ampliare le nostre conoscenze e valorizzare il nostro essere.

(Lucia Tacaxoy Quiayli, tessitrice della cooperativa Aj quen, Guatemala)

• • •

I bambini vanno tutti a scuola, qui. Nel gruppo ci sono 28 bambini, ci vanno tutti.

Lavoriamo con Aj quen da 12 anni. Abbiamo avuto cose importanti e forse la più importante è la forma-

zione. Per esempio sulle virtù curative delle erbe, sulla differenza di genere. È utile ricevere formazione perché adesso possiamo pensare al futuro. Prima non eravamo in grado di progettare niente da sole. Il corso sulla differenza di genere ci ha aiutato molto. Prima alle donne non era consentito parlare in pubblico, nemmeno durante le riunioni familiari, se non erano interpellate. Ora è diverso.

(Manuela Morales Samines, tessitrice della cooperativa Aj quen, Guatemala)

• • •

Io nel mio lavoro sono libera.

(Chalea, artigiana della cooperativa base, Bangladesh)

Assicurazione dei crediti e cauzioni,
 @rating di imprese,
 informazioni commerciali e recupero crediti.

Agevoliamo un commercio completo e
 rapido tra le imprese di tutto il mondo

coface ASSICURAZIONI

155be

Agenzia Generale di Ravenna
 Via A. Meucci, 1 - 48100 Ravenna
 Tel. 0544 408911 - Fax 0544 408907

www.coface.it



Azienda Speciale
**S.I.D.I. euro
SPORTELLO**



C.C.I.A.A. Ravenna

I NOSTRI SERVIZI

⇒ EURO INFO CENTRE

informazione ed orientamento su tematiche di carattere comunitario:
legislazione, normative, agevolazioni e finanziamenti, programmi ed iniziative,
appalti pubblici e mercati esteri

⇒ ASSISTENZA SPECIALISTICA E FORMAZIONE

sulle principali tematiche connesse con l'internazionalizzazione,
l'innovazione delle imprese e la partecipazione a bandi comunitari

⇒ PROMOZIONE

della cooperazione internazionale tra imprese attraverso la realizzazione
di incontri d'affari e la ricerca di partners industriali, commerciali,
finanziari e tecnologici

⇒ CONTATTI

indirizzo: V.le L.C. Farini n. 14 - 48100 Ravenna
tel. 0544/481443, fax 0544/218731 e mail: euoinfo@ra.camcom.it
sito web: www.ra.camcom.it/eurosportello

Iscriviti gratuitamente alla nostra mailing list: sarai costantemente aggiornato sulle nostre iniziative! Compila il coupon ed invialo al fax 0544/218731



Nome _____

Cognome: _____

Azienda/ente _____

Attività _____

Indirizzo _____

Cap/Città _____

Tel. _____

Fax _____

e mail _____

desidero ricevere le comunicazioni via e_mail desidero ricevere le comunicazioni via fax

Ai sensi del Decreto Legislativo n. 196 del 30 giugno 2003, art. 13, La informiamo che i dati contenuti nella scheda saranno conservati nell'archivio elettronico di S.I.D.I. Eurosportello, azienda speciale della C.C.I.A.A. di Ravenna ed utilizzati, mediante strumenti manuali, informatici o telematici, da S.I.D.I. Eurosportello, per l'invio di materiale amministrativo, commerciale e promozionale, nell'esercizio della propria attività istituzionale. L'utente dichiara di essere a conoscenza dei diritti riconosciuti dall'Art. 7 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali o Codice della Privacy". A tal fine, può opporsi di quanto sopra, o acconsentire al trattamento dei dati su esposti. Per eventuali modificazioni o cancellazioni rivolgersi a S.I.D.I. Eurosportello Tel. 0544/481443 - Fax 0544/218731 e_mail euoinfo@ra.camcom.it

firma _____

Eurosportello, le iniziative del 2007

di GIOVANNI CASADEI MONTI*

L' Azienda Speciale S.I.D.I. Eurosportello della Camera di Commercio di Ravenna ha messo a punto anche per il 2007 un ricco programma di progetti e iniziative che nel rispetto delle priorità fissate dagli organi camerali e in collaborazione con le associazioni di categoria provinciali, cerca di venire incontro alle esigenze delle imprese in termini di opportunità di sviluppo sui mercati esteri. La missione di Eurosportello è quella di realizzare progetti per promuovere all'estero le produzioni individuali di aziende appartenenti a comparti strategici e innovativi dell'economia provinciale oppure le nostre produzioni tradizionali ma in aree-mercato in fase di sviluppo dove la domanda di acquisto dei nostri prodotti è crescente.

Viene tenuta in considerazione inoltre la collaborazione con le istituzioni del territorio, dalla Provincia alla Regione al sistema camerale regionale, al fine di contribuire alla promozione complessiva dell'economia del territorio partecipando a progetti di marketing territoriale o di valorizzazione di filiere specifiche in aree importanti per lo sviluppo delle relazioni internazionali quali i Balcani, il Mediterraneo, la Russia e l'Estremo Oriente.

Come Centro di Informazione della Commissione Europea Eurosportello cerca inoltre di diffondere alle imprese del territorio le opportunità presenti all'interno del mercato unico europeo realizzando progetti di partenariato tra aziende in occasione di fiere europee e promuovendo campagne di consultazione promosse dalla Commissione Europea per verificare presso le aziende l'impatto della normativa e legislazione comunitaria.

Viene prestata attenzione infine anche alle esigenze delle imprese che si rivolgono all'estero in termini di informazioni, tutela e assistenza sulla proprietà intellettuale offrendo alle aziende un servizio di ricerca di anteriorità su marchi e brevetti tramite l'utilizzo di banche dati europee e l'utilizzo di esperti di settore.

I PRINCIPALI PROGETTI

Per l'anno prossimo sono in programma diverse iniziative finalizzate alla promozione del comparto della nautica da diporto, del settore agroalimentare, dell'impiantistica, della meccanica, delle tecnologie per l'agroindustria.

Nautica da diporto

Per quanto riguarda la promozione del settore nautico nel 2007 Eurosportello porterà a compimento un progetto triennale di promozione del settore organizzando nelle giornate del 2 e 3 marzo a Ravenna un evento di partenariato internazionale, *NauticamedWorld*, dove si offrirà alle aziende del territorio la possibilità di incontrare buyers e operatori provenienti da Paesi di grande interesse per il settore come Cina, Taiwan, Australia e Nuova Zelanda. Verrà avviato inoltre un progetto di formazione e assistenza commerciale alle aziende della subfornitura nautica interessate a esplorare il mercato statunitense.

Agroalimentare

Per il settore agroalimentare è stato messo a punto un progetto che consente alle nostre aziende dell'agroalimentare interessate ai mercati asiatici di utilizzare una piattaforma di immagazzinaggio dei prodotti nell'area di Singapore collegata con punti vendita e catene di distribuzione.

Impiantistica

Verrà avviato inoltre un percorso di internazionalizzazione per aziende del settore impiantistico in Serbia cercando di cogliere le grandi opportunità che si stanno creando in questo paese, strategicamente importante per tutta l'area balcanica, in termini di ristrutturazione del patrimonio immobiliare ed edilizio.

“
**Nautica,
agroalimentare,
impiantistica
sono i principali
progetti**
”

PER SAPERNE DI PIÙ

Eurosportello pubblica una rivista specializzata quindicinale on line sul commercio estero, International Trade, venduta in abbonamento alle aziende interessate.

Il sito Internet di Eurosportello: www.ra.camcom.it/eurosportello

E-mail: euoinfo@ra.camcom.it;

Tel. 0544/481443 fax 0544 218731



NAUTIC ITALY 2006-2007

Area geografica: Nord Europa; Paesi del Mediterraneo, Paesi Nafta, Cina, Taiwan, Australia e Nuova Zelanda

Settore: Filiera della Nautica da diporto

Attività previste:

- Restyling e potenziamento del sito www.nauticity.it, contenente la Banca dati delle aziende italiane della nautica
- Manifestazione Nautica MED – WORLD 2007 (Ravenna 2-3 marzo 2007)
- Follow up e analisi dei risultati

NAUTIC ITALY 2007-2008

Area geografica: USA, Mediterraneo

Settore: Filiera della Nautica da diporto

Attività previste:

- Apertura negli Stati Uniti di un ufficio di rappresentanza delle aziende italiane della sub-fornitura
- Selezione del personale che gestirà l'ufficio e formazione presso le aziende del comparto nautico di Viareggio e Ravenna/Forlì
- Nautica Med World - Ravenna 2008 (Stati Uniti e America Latina)
- Follow up e analisi dei risultati

IMPRESE SETTORE IMPIANTISTICA

Area geografica: Serbia

Settore: impiantistica

Attività previste:

- Promozione dell'iniziativa sul territorio; selezione partner potenziali in Serbia
- Check up aziendale per l'internazionalizzazione, organizzazione di una missione economica, analisi di prefattibilità per ogni singola azienda coinvolta

PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA A SINGAPORE

Area geografica: Singapore

Settore: Agroalimentare

Attività previste:

- Animazione piattaforma distributiva prodotti alimentari
- Iniziative promozionali presso catene di ristoranti e fiere di settore
- Iniziative promozionali con le imprese, a supporto dell'attività di vendita

nuova saimar
BONIFICHE E MANUTENZIONI INDUSTRIALI - RAVENNA

demolizioni industriali

Caratterizzazione e bonifiche di suoli e falde contaminate

Via L. Romagnoli, 14 - 48100 Ravenna - Tel. 0544 453054 - Fax 0544 453677
E-mail: nuovasaimar@nuovasaimar.it - www.nuovasaimar.it - P. Iva 01270010398

Progetti del sistema camerale regionale

Verranno avviati in collaborazione col sistema camerale regionale progetti di promozione del settore agroalimentare e meccanico in Russia e di esplorazione di opportunità per le tecnologie agroin-

dustriali in India.

È allo studio la realizzazione di un progetto di promozione commerciale per le aziende del settore della ceramica e del mosaico in Giappone.

Eurosportello in collaborazione con Unioncamere regionale mette a disposizione infine delle aziende una serie di uffici di collegamento in Marocco, Messico, Cina e Russia, Singapore per fornire alle imprese risposte a quesiti di carattere commerciale.

DESK MOSCA

Area geografica: Federazione Russa

Settore: Multisetoriale

Attività previste: L'antenna di Mosca fornisce gratuitamente una serie di servizi di base (schede paese aggiornate, congiuntura economica, elenchi nominativi, indagini di settore, informazioni fieristiche) alle imprese della provincia di Ravenna; nonché assistenza logistica e linguistica in loco.



* Direttore Azienda Speciale
SIDI Eurosportello
Camera di Commercio di Ravenna

MISSIONE ECONOMICA IN MAROCCO

in occasione della fiera agricola SIAGRIM (Meknès 19-26 aprile 2007)

Area geografica: Marocco – Regione di Meknès-Tafilalet

Attività previste:

- Azione di consolidamento a seguito della visita della delegazione marocchina di Meknès-Tafilalet a Ravenna lo scorso settembre
- Missione economica in occasione della fiera agricola SIAGRIM, organizzata a Meknès dal 19 al 26 aprile 2007 dal Ministero dell'Agricoltura del Marocco
- Follow up e analisi dei risultati

DESK MAROCCO

Area geografica: Marocco

Settore: Multisetoriale

Attività previste: L'Ufficio, operativo da giugno 2005, è finanziato dall'Unione delle Camere di Commercio dell'Emilia Romagna e da altre camere italiane. Esso fornisce gratuitamente una serie di servizi di base: informazioni macro-economiche e strategiche; informazioni finanziarie; informazioni logistiche; informazioni per pratiche doganali; informazioni per recupero crediti; marchi e brevetti; raccolta e selezione di profili di cooperazione di aziende marocchine; elenchi di nominativi selezionati, ecc. Sono previsti inoltre servizi a pagamento quali interpretariato e traduzioni; ricerca personale; ricerche di mercato; ecc.

PROGETTO INDIA

Area geografica: India

Settore: Meccanica, meccanica agricola, macchine utensili, macchine e attrezzature per il packaging.

Attività previste:

- Check up delle aziende selezionate
- Ricerca partner sul mercato indiano
- Organizzazione di una missione economica in India al fine di verificare le concrete opportunità di internazionalizzazione attraverso incontri mirati con i partner selezionati e visite aziendali
- Organizzazione di una missione in entrata di operatori indiani in occasione di un evento fieristico del settore (Macfrut 2007 o Cibus Tec 2007).

DESK MESSICO

Area geografica: Messico

Settore: Multisetoriale

Attività previste: L'Ufficio, operativo da gennaio 2006, è finanziato dall'Unione delle Camere di Commercio dell'Emilia Romagna e da altre camere italiane.

Fornisce gratuitamente una serie di servizi di base: informazioni macro-economiche e strategiche; informazioni finanziarie; informazioni logistiche; informazioni per pratiche doganali; informazioni per recupero crediti; marchi e brevetti; raccolta e selezione di profili di cooperazione di aziende messicane; elenchi selezionati di nominativi. Sono previsti inoltre servizi a pagamento quali interpretariato e traduzioni; ricerca personale; ricerche di mercato.



Scommettere sull'India

di PINA MACRÌ*

Vorrei iniziare questo approfondimento sull'India citando un passaggio tratto dal saggio *L'impero di Cina* di Federico Rampini, edizione Mondadori pubblicato alcuni mesi fa. *“Un miliardo e 300 milioni di cinesi. Un miliardo e 100 milioni di indiani. Il dragone e l'elefante. E dietro di loro c'è il resto dell'Asia, trainato da queste due locomotive. Più di metà dell'umanità è concentrata in quest'area ed è questa la metà che cresce...Il dragone e l'elefante si apprestano a riconquistare il posto che appartenne a loro per millenni: le due civiltà più antiche, le più ricche, le più avanzate durante gran parte della storia dell'umanità”.*

INTRODUZIONE

La più grande democrazia al mondo, secondo paese per popolazione con quasi un miliardo e cento milioni di abitanti, terza comunità mondiale di lingua inglese; e enorme bacino di risorse naturali e di manodopera qualificata. L'economia dell'India si presenta come una delle più interessanti e dinamiche dell'attuale contesto economico mondiale. D'altra parte, nonostante una certa discontinuità, l'India è costantemente cresciuta negli ultimi quindici anni, e cioè a partire dal 1991

quando il governo indiano sotto la guida di Narasimha Rao, ha dato inizio a riforme politico-economiche, nonché a programmi di liberalizzazione del mercato che hanno portato ad una rapida crescita dell'economia indiana e ad una sua graduale integrazione nel sistema economico mondiale. Dall'analisi dei dati macroeconomici si evidenzia una crescita a ritmi impensabili per molti paesi industrializzati, con tassi intorno al 7% nel periodo 1994-97, e superiori all'8% nel biennio 2003-2004.

Ciononostante il 25% della popolazione indiana vive al di sotto della soglia di povertà (valore stimato al 2002). Il paese è caratterizzato da innumerevoli contraddizioni sociali, particolarmente problematico risulta essere il fenomeno della dicotomia tra città e campagna (quasi i tre quarti della popolazione risiede nelle zone rurali).

CARATTERISTICHE DELL'ECONOMIA

L'economia indiana si caratterizza per un sufficiente grado di diversificazione. L'agricoltura rappresenta sempre uno dei settori di punta dell'intero sistema economico, anche se la maggior parte della proprietà terriera è gestita a livelli di mera sussistenza. È inte-

LINGUERRI GIANFRANCO

53be

Demolizioni - Speciali
Sottofondi - Stradali
Escavazioni - Inerti

Bagnara di Romagna Via Molinello 25/D www.linguerrigianfranco.it
info@linguerrigianfranco.it ☎ 0545-76667 📠 0545-905156

ressante notare come l'agricoltura, pur contribuendo con meno del 20% alla formazione del prodotto interno lordo assorbe il 60% della forza lavoro. L'industria che contribuisce al PIL, con il 27,6% e che impiega un numero di addetti pari al 17% si caratterizza nei settori: tessile, chimico, agro-industriale, siderurgico, minerario-estrattivo, petrolifero e dell'informatica. Il settore dei servizi, o meglio il terziario avanzato rappresenta quasi il 55% del PIL ed è il principale motore della crescita indiana. *“Lo sviluppo indiano avviene secondo una traiettoria originale... È un paese che in una generazione tenta il balzo dal sottosviluppo alla società postindustriale, sperimenta scorciatoie sbalorditive... La peculiarità dell'India è un salto formidabile che l'ha portata a competere direttamente nei servizi hi-tech più qualificati, dal software informatico al design ingegneristico alle biotecnologie. Secondo il Global Biotechnology Report della Ernst & Young, l'India è già una potenza mondiale nelle biotecnologie con 11.000 scienziati al lavoro in questo settore. Se la Cina è la fabbrica del pianeta l'India diventa la patria mondiale dei servizi moderni”.* (tratto da *L'Impero di Cindia* già citato).

A trascinare lo sviluppo dell'economia indiana è la rapida trasformazione da semplice paese destinatario di progetti di delocalizzazione, soprattutto nei servizi, (l'esempio classico è quello dei call center) a

competitor sulla scena globale grazie al suo costo del lavoro ma in particolare alla qualificazione delle sue risorse umane e alle doti dei suoi imprenditori. La crescita dell'economia, inoltre, sta creando un mercato interno fatto di consumatori in grado di spendere, e ciò ha avviato un circolo virtuoso di crescita. L'India ha adottato politiche di apertura all'investimento estero in ritardo rispetto agli altri paesi in via di sviluppo. Attualmente è un paese relativamente aperto ai capitali stranieri - FDI (Foreign Direct Investment), in quanto gli investitori pur potendo accedere alla maggioranza dei settori hanno spesso limitazioni quantitative. Inoltre tutti gli investimenti esteri sono formalmente sottoposti ad una procedura di accettazione governativa, che in molti casi ha carattere automatico e non discrezionale. Circa 800 settori sono riservati, però, alla piccola impresa, con un limite massimo di capitale straniero del 24% (vedi scheda Restrizioni per i “FDI”). A fronte dell'ottima performance economica, il flusso in India degli investimenti esteri diretti negli ultimi tre anni ha avuto un andamento discendente, passando da 4,69 Mld\$ nel 2001/02 a 3,73 nel 2002/03 e a 3,57 nel 2003/04. Nonostante permangano alcune difficoltà investire in questo paese risulta molto interessante e strategico, sia per la presenza di una classe media che parla correttamente l'inglese ed ha livelli di istruzione tecnico-scientifici me-

PROFILO SOCIO-ECONOMICO

Denominazione ufficiale: Repubblica Federale Indiana

Superficie: 3.287.263 Km² di cui 7.000 km di coste

Popolazione: 1.095.351.995, con un tasso di crescita dell'1,38% (stime luglio 2006). La popolazione rappresenta circa il 16% di quella mondiale ma occupa un territorio che costituisce solo il 2,42%. Dal punto di vista etnico essa rappresenta l'esito di una complessa e millenaria vicenda di popolamento e mescolanza di genti appartenenti fondamentalmente a tre ceppi: europeo, australe e mongolo. Alla multietnicità è venuto accompagnandosi nel corso dei secoli anche il multilinguismo.

Densità: 324 abitanti per km²

Distribuzione: area rurale 72% Area urbana 28% (censimento del 2001)

Confini: Bangladesh (4.053 km di confine), Bhutan (605), Myanmar (1.463), Cina (3.380), Nepal (1.690), Pakistan (2.912)

Capitale: Nuova Delhi

Lingua: l'Inglese è la lingua ufficiale nelle relazioni economiche ed è considerata la più importante nella comunicazione politica e istituzionale, mentre la lingua ufficiale del Paese è l'Hindi, lingua madre per il 30% della popolazione. Seguono altre 14 lingue ufficiali, delle quali le più importanti sono: Bengali, Marathi, Telegu, Tamil e Urdu.

Religione: Induisti 80,5%; Musulmani 13,4%; Cristiani 2,3% Sikh 1,9% altri 1,8% (censimento 2001). L'induismo, una religione-filosofia caratterizzata da un'estrema

varietà di forme e nuclei tradizionali diversi, raccoglie circa 700 milioni di seguaci in tutto il paese.

Aspettative di vita: media 64,71 di cui 63,9 per gli uomini e 65,57 per le donne (stime sul 2006)

Tasso di alfabetizzazione: Media 65,2%; maschile 75%; femminile 54%

Moneta: la moneta locale è la Rupia (INR), pienamente convertibile

Cambio: 1 Euro = 57,336 (ottobre 2006)

Reddito Pro-capite (PPP): \$ 3.400 (stima 2005)

Tasso di crescita reale: 8,5% (2005), 9,2% (stima 2006)

Tasso di inflazione: 4,2% (stima 2005)

Tasso di disoccupazione: 8,9% (stima 2005)

Debito Pubblico: 53,8% del PIL (si considera il debito federale e statale insieme - stima 2005). Con un deficit di bilancio intorno al 9,4%

Contributo alla formazione del PIL: agricoltura: 18,6%; industria: 27,6%; servizi: 53,8% (stima 2005)

Distribuzione della forza lavoro: agricoltura: 60%; industria: 17%; servizi: 23% (1999)

Forza lavoro disponibile: 496.400 milioni di persone (stima 2005)

Popolazione al di sotto della soglia di povertà: 25% (stima 2002)

Rischio Paese: la SACE colloca l'India nella fascia A, fra i paesi assicurabili senza particolari restrizioni. La categoria di rischio è la 3/7 e la categoria del Consensus è la 2. Nella categoria OCSE è al 3° posto.

(Fonte: Cia - The World Factbook; Economist Intelligence Unit: Country Report, settembre 2006; Rapporto ICE, 2005)

diamente alti sia per il sistema legale inglese, retaggio del periodo coloniale, e tuttora in vigore che rappresenta un fattore di sicurezza e stabilità.

COMMERCIO ESTERO

La politica commerciale con l'estero adottata dall'attuale Governo ha l'ambizione di portare l'India a possedere una quota di commercio mondiale pari all'1,5% entro il 2009. Il perno su cui tale programma si incentra è costituito da un insieme di provvedimenti fra i quali: esonero dei prodotti per l'esportazione dalle elevate e numerose imposte cui sono soggetti; semplificazioni delle procedure amministrative per le società esportatrici; adeguamento delle infrastrutture (energia elettrica, strade, porti e aeroporti); miglioramento dell'efficienza delle "zone di libero scambio"; ampliamento delle competenze commerciali affidate alle Ambasciate all'estero e creazione di un marchio "served from India" per la promozione mirata all'estero di tutti quei servizi che l'India può agevolmente offrire usufruendo della propria elevata tecnologia informatica. Secondo i dati ufficiali forniti dal *Centre for Monito-*

ring Indian Economy, le esportazioni indiane nel periodo aprile 2004-gennaio 2005 sono state pari a 60.754,46 milioni di dollari statunitensi e le importazioni pari a 83.441,55 milioni di US\$, con un incremento sullo stesso periodo dell'anno precedente rispettivamente del 25,55% e del 34,72%.

Analizzando i dati del 2004, elaborati dall'ICE, si nota che gli Stati Uniti rappresentano il primo partner commerciale, seguito dalla Cina e dagli Emirati Arabi Uniti (Tabella n. 1). Anche l'interscambio con l'Unione Europea è in crescita, si è avuto un aumento del 16,9% dal 2003 al 2004 con un valore complessivo che è passato da 28,4 a 33,3 miliardi di euro. Tra i paesi europei i principali clienti dell'India nel periodo 2004/5 sono stati nell'ordine: Regno Unito, Germania, Belgio, Italia, Francia e Paesi Bassi, mentre i principali fornitori: Belgio, Germania, Regno Unito, Francia, Italia, Svezia. L'Italia si colloca al 17° posto come paese fornitore (esportazioni) e al 9° come cliente (importazioni).

RAPPORTI ITALIA-INDIA

Sebbene si possano definire positivi i rapporti bilaterali tra Italia e India, sono però al di sotto delle potenzialità. Nel biennio 2003/04 le esportazioni italiane in India sono aumentate quasi del 32% rispetto al biennio precedente. La quota dell'Italia sul totale delle importazioni indiane è stata rispettivamente del 1,37 e 1,32 per un valore pari a 1.071,04 milioni di dollari statunitensi.

Per quanto riguarda le importazioni italiane dall'India sono anch'esse aumentate passando da 1.357,08 milioni di US \$ nel 2002/03 a 1.729,41 nel biennio successivo con un incremento del 27,44%. La quota dell'Italia sul totale delle esportazioni indiane è stata nel 2003/04 del 2,71%.

Durante la Commissione Mista per la Cooperazione Economica fra Italia ed India, tenutasi a Nuova Delhi, all'inizio del 2005 è stata auspicata la cooperazione nei settori dell'agricoltura, delle tecnologie dell'informazione e della ricerca scientifica, dell'industria agro-alimentare e del turismo. Le prospettive di cooperazione bilaterale tra Italia ed India sono numerose e quasi tutte ancora inesplorate. Solo la Fiat e pochi altri grandi gruppi industriali italiani sono presenti stabilmente nel paese, nonostante che l'India, superate le difficoltà iniziali, ripaghi adeguatamente i capitali, l'intelligenza e l'intraprendenza investiti nell'impresa.

RESTRIZIONI PER I "FDI"

Settori in cui l'investimento estero è sottoposto ad autorizzazione non automatica:

1. Settore petrolifero (ad eccezione delle raffinerie provate)
2. Trasporti aerei nazionali
3. Società d'investimento in infrastrutture e servizi
4. Industrie della Difesa
5. Editoria
6. Estrazione e trasformazione di uranio
7. Broadcasting
8. Servizi postali e di corriere

Settori in cui l'investimento estero è vietato

1. Commercio al dettaglio
2. Produzione di energia atomica
3. Lotterie
4. Scommesse e giochi di azzardo
5. Edilizia civile e società d'investimento immobiliare
6. Agricoltura

TAB. 1 PRINCIPALI PARTNER COMMERCIALI

PAESI FORNITORI (dati al 2004)	% del tot.	PAESI CLIENTI (dati al 2004)	% del tot.
1. Stati Uniti	6,26	1. Stati Uniti	16,51
2. Cina	6,20	2. Emirati Arabi Uniti	8,82
3. Svizzera	5,33	3. Cina	6,64
4. Emirati Arabi Uniti	4,18	4. Singapore	4,75
5. Belgio	4,18	5. Hong Kong	4,55
17. Italia	1,32	9. Italia	2,71

Fonte: elaborazioni ICE su dati ONU-COMTRADE

TAB. 2 INTERSCAMBIO COMMERCIALE ITALIA INDIA

	2002	2003	2004	2005
Esportazioni ('000 euro)	1.034.097	1.096.738	1.273.434	1.679.130
Variazione annua %	-	6,06	16,11	31,86
% su export tot. Italia	0,38	0,41	0,45	0,57
Importazioni ('000 euro)	1.586.845	1.681.828	2.026.620	2.200.244
Variazione annua %	-	5,99	20,5	8,57
% su import tot. Italia	0,61	0,64	0,72	0,72
Saldi ('000 euro)	-552.748	-585.090	-753.186	-521.114,00

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

RELAZIONI GEO-POLITICHE

Da un punto di vista di relazioni internazionali, l'India ha giocato un ruolo molto importante nello scacchiere geo-politico mondiale, in quanto paese guida del gruppo dei "non allineati". Durante gli anni della guerra fredda ha partecipato attivamente, insieme al Canada e alla ex Jugoslavia, all'invio di numerose truppe di peacekeeping - caschi blu, in varie missioni di pace e mantenimento della sicurezza e dei confini nazionali sotto l'egida delle Nazioni Unite.

Attualmente l'India è tra i paesi fautori della cooperazione Sud-Sud del mondo. L'empasse del Doha Round,

lo scorso luglio nell'ambito dei negoziati dell'Organizzazione Mondiale per il Commercio, ha accelerato il processo di cooperazione dell'IBSA, un foro di dialogo triangolare che coinvolge India, Brasile e Sud Africa. Il primo vertice tenutosi lo scorso settembre a Brasilia ha impegnato i rispettivi governi sui temi della promozione della pace e della sicurezza, dello sviluppo economico sostenibile e dello sviluppo sociale nel mondo e nelle rispettive regioni.



* Azienda Speciale SIDI Eurosportello
Camera di Commercio di Ravenna

PROGETTO INDIA

Le importazioni e le esportazioni indiane negli ultimi anni hanno avuto incrementi notevoli: in particolare l'export dei prodotti agroalimentari dal 1999 al 2003 ha avuto un balzo del 40% ed il flusso maggiore è verso l'Unione Europea. Maggior produttore di latte al mondo, 91 milioni di tonnellate, l'India è inoltre il secondo maggior produttore di frutta e verdura, con 150 milioni di tonnellate di prodotto e il terzo maggior produttore di cereali, 212 milioni di tonnellate e di prodotti ittici, 6,4 milioni di tonnellate.

Gli oltre 250 milioni di indiani che formano una forte classe media, caratterizzata cioè da un livello medio dei redditi crescente e da una spesa in alimenti pari al 50% del reddito familiare, lasciano prevedere una rapida crescita della domanda degli alimenti trattati: gli investimenti necessari nel settore del food processing sono stimati nell'ordine dei 28 miliardi di US \$, con conseguenti importanti opportunità di business per i nostri operatori del settore.

Anche il mercato delle macchine utensili è in forte crescita e la domanda è ancora soddisfatta in gran parte attraverso le importazioni, soprattutto se si tratta di prodotti con un elevato contenuto tecnologico. Il mercato sviluppo economico nel settore manifatturiero ha infatti fatto aumentare rapidamente la richiesta di macchine utensili ed anche per i prossimi anni è previsto un continuo aumento della richiesta di mercato. Al primo posto sia nella produzione locale che a livello di importazioni si collo-



cano le macchine utensili per il dettaglio e la sagomatura dei metalli ed è in continua crescita la richiesta di macchine a comando numerico.

Ecco perché SIDI-Eurosportello in collaborazione con altre Camere di commercio dell'Emilia Romagna ha messo a punto il "Progetto India", che si realizzerà nel corso del 2007, con l'obiettivo di selezionare un gruppo di aziende ravennati e accompagnarle in un percorso di internazionalizzazione mirato al mercato indiano.

I settori merceologici coinvolti sono: meccanica, meccanica agricola (produzione e raccolta), macchine utensili, macchine ed attrezzature per il packaging.

**Info: Pina Macri tel.0544/481414
pina.macri@ra.camcom.it**

2007: il credito sarà più rosa?



Sta per concludersi il secondo mandato di Fiorella Guerrini, che per sei anni ha guidato con competenza e grande passione il Comitato per l'imprenditoria femminile all'interno della Camera di commercio di Ravenna.

Sono state numerose le iniziative che il Comitato ha organizzato – ricordiamo fra queste i convegni *La qualità: una signora a tavola*, *L'imprenditoria femminile al servizio del consumatore*, *L'imprenditoria femminile si organizza: esperienze, proposte, progetti*, *Le terme, un benessere al femminile?*, l'adesione al progetto transnazionale Berenice, finanziato attraverso l'iniziativa comunitaria "Equal" – e forse non le stiamo citando tutte.

Nel rivolgere un sentito ringraziamento a tutte le componenti del Comitato, che hanno svolto con attaccamento e impegno la loro attività, non possiamo non ricordare l'ultimo convegno, in ordine cronologico, che la "squadra" di Fiorella Guerrini ha organizzato lo scorso 30 novembre. Ancora una volta un tema di attualità – *Il credito sarà più "rosa"? Accesso al credito dell'impresa femminile alla luce degli accordi di Basilea 2* – ha coinvolto non solo le componenti del Comitato (nella veste di organizzatrici e destinatarie dell'argomento), ma anche un pubblico numeroso, vario ed eterogeneo, che con i propri interventi ha animato il dibattito. Di questo daremo conto nelle pagine successive riportando al-

cune tematiche trattate nel convegno.

Nel settore del credito non sono lontani i tempi che porteranno il sistema bancario all'applicazione di "Basilea 2", ovvero di una serie di regole nuove che interesseranno le banche in primo luogo, ma di riflesso anche le imprese e i privati che desiderano ottenere finanziamenti. Si tratta di un tema che proprio in questi giorni è stato interessato da un ulteriore rinvio – nel senso che l'applicazione delle nuove regole internazionali sull'accesso e la tutela del credito slitterà e partirà dal 1° gennaio 2008 – ma si rende tuttavia necessario per le imprese attrezzarsi conoscendo le nuove tipologie di rischio che verranno valutate dal sistema bancario. In proposito durante la serata del 30 novembre è stata particolarmente apprezzata l'esposizione di Mauro Mazzolani della Banca popolare di Ravenna che con linguaggio chiaro e comprensibile si è soffermato ad illustrare le principali novità che deriveranno dall'entrata in vigore di "Basilea 2".

Ha suscitato attenzione anche la relazione di Adele Campolo Gasparrini della Fondazione Risorsa Donna che invece si è soffermata sul micro-credito. La materia, che ha valso a Muhammad Yunus proprio quest'anno il Premio Nobel per la pace, è stata presentata nei suoi vari aspetti, mettendo in evidenza come attraverso questo strumento – e non con la concessione di contributi a fondo perduto – molte donne possano riscattare

la loro posizione di subordinazione e dipendenza per mettersi in proprio.

Dario Mazzini e Giovanni Storchi hanno illustrato invece l'esperienza dei Consorzi fidi operanti nella nostra regione, che aiutano anche i piccoli imprenditori che necessitano di credito per le loro attività. Giovanna Piaia, assessore comunale alle pari opportunità e Germano Savorani, assessore provinciale alla formazione professionale, con toni molto pragmatici hanno sottolineato le difficoltà che ancora oggi incontrano le donne che intendano "fare impresa". Certamente molto resta ancora da fare, ma sicuramente, se vogliamo che nel nostro Paese si inneschi nuovamente quel circolo virtuoso che porta a far crescere l'economia e lo sviluppo, l'occupazione femminile dovrà sicuramente incrementarsi, anche per favorire processi di innovazione e riconversione. Del resto va ricordato che l'Unione europea ha proclamato il 2007 l'"anno delle pari opportunità per tutti". Se si vuole riempire di contenuti concreti lo slogan è necessario adoperarsi affinché vengano rimossi quegli ostacoli che impediscono alla componente femminile un pieno inserimento nel mondo del lavoro e il riconoscimento della professionalità e delle potenzialità.

Paola Morigi
Segretario Generale
della Camera di Commercio di Ravenna



Imprese al femminile e Basilea 2

Di seguito alcuni approfondimenti elaborati dal Servizio Studi dell'Ente Camerale, legati ai temi affrontati nel corso del convegno organizzato dal Comitato per lo sviluppo dell'Imprenditoria Femminile dal titolo "Il credito sarà più rosa? Accesso al credito dell'impresa femminile alla luce degli accordi di Basilea2".



Il nuovo accordo internazionale sui requisiti patrimoniali delle banche, denominato Basilea 2, è stato sottoscritto nel giugno del 2004, sostituirà l'accordo di Basilea 1 del 1988 ed entrerà in vigore dal 2007 ma gli istituti di credito italiani ed europei, usufruendo del periodo transitorio previsto da Bruxelles, inizieranno a calcolare i requisiti patrimoniali in base alle nuove regole prudenziali solo a partire dal 1 gennaio 2008. Basilea 2 intende garantire maggiore

solidità ed efficienza al sistema bancario, prevede la possibilità di valutare meglio il rischio di un singolo prestito e quindi di differenziare gli accantonamenti patrimoniali.

Per un prestito ad un'impresa più rischiosa la banca dovrà accantonare più capitale.

Per un prestito ad un'impresa più affidabile e meno rischiosa la banca potrà accantonare una quota di capitale minore.

L'accordo si fonda su tre cosiddetti pilastri. Il primo riguarda i requisiti patrimoniali minimi, il secondo il controllo da parte delle banche centrali, il terzo la disciplina del mercato e la trasparenza. Basilea 2 propone un nuovo sistema di misurazione dei rischi.

Resta invariata la definizione di patrimonio di vigilanza e il requisito di accantonamento dell'8% delle attività creditizie ponderate in base al rischio,



ciò che cambia è il metodo della ponderazione.

L'accordo di Basilea 1 prevede quattro fasce di ponderazione del rischio di credito legate a macrocategorie di esposizioni e di debitori. Basilea 2 è molto più articolato perché tiene conto della capacità della banca di gestire i rischi e considera diversi tipi di rischi: i rischi di credito, di mercato e i rischi operativi. Il rischio di credito è il rischio delle perdite derivanti dall'insolvenza del debitore. Il rischio di mercato è legato alle fluttuazioni dei tassi di interesse, di cambio e dei prezzi delle azioni e delle merci. Il rischio operativo si occupa delle perdite derivanti dall'inadeguatezza dei sistemi di controllo interni.

Basilea 2 introduce due nuove metodologie per la determinazione dei requisiti patrimoniali minimi: il metodo standard (*Standardized approach*) e il metodo IRB (*Internal rating based approach*).

Lo *Standardized approach* utilizza rating esterni assegnati da agenzie di rating. Le ponderazioni basate su tali valutazioni esterne consentiranno di ridurre gli accantonamenti di capitale per gli impieghi verso le aziende con rating molto buoni e di aumentare gli accantonamenti a fronte di impieghi verso le imprese con i rating peggiori, mentre per gli impieghi verso aziende con rating medi e verso aziende senza rating la ponderazione sarà neutrale (100%). Il metodo IRB si basa sull'utilizzo di rating interni assegnati dalle banche. È suddiviso in due sottocategorie: il metodo base (*foundation approach*) e il metodo avanzato (*advanced approach*). Le banche che intendono utilizzare il rating interno dovranno ottenere dalla Banca d'Italia un'autorizzazione sul modello adottato.

Le classi di rating interno e le probabilità di insolvenza vengono calcolate dalle banche. La perdita in caso di insolvenza, l'esposizione al momento dell'insolvenza e la scadenza residua si basano su stime fornite dalla banca

centrale nel caso del metodo base oppure vengono stimate internamente dalle banche nel caso del metodo avanzato.

I metodi IRB possono essere definiti un "insieme strutturato e documentabile di metodologie e processi organizzativi che permettono la classificazione su scala ordinale del merito di credito di un soggetto e che quindi consentono la ripartizione di tutta la clientela in classi differenziate di rischiosità, a cui corrispondono cioè diverse probabilità di insolvenza" (G. Torriero, ABI)

Quindi le imprese saranno valutate, con riferimento alla rischiosità, cioè alla probabilità di insolvenza sulla base di una scala ordinale di merito e attraverso l'utilizzo di metodologie e di processi organizzativi adatti e approvati dalla Banca d'Italia.

Tra gli elementi di valutazione che utilizzeranno in concreto le banche per definire i propri metodi IRB si possono identificare diverse classi di elementi:

- caratteristiche proprie dell'azienda cliente: capacità storica e futura di generare liquidità, struttura patrimoniale, flessibilità finanziaria, qualità dei ricavi, qualità e tempestività delle informazioni, management, posizione nel settore;
- caratteristiche e andamento del settore in cui opera l'azienda; si tratta di informazioni legate al settore, al mercato in generale e al mercato locale;
- andamento del rapporto banca/azienda; si tratta di tutti quegli elementi che la banca può desumere dal rapporto storico con il cliente (utilizzo degli affidamenti, sconfini, insoluti, ecc.);
- andamento del rapporto azienda/sistema bancario, tipicamente dati desumibili dalla Centrale dei rischi e da strumenti analoghi.

Basilea 2 e le PMI

Per quanto riguarda la relazione tra Basilea 2 e le Pmi si deve osservare che legare con maggiore aderenza il fabbisog-





gno di capitale al rischio sottostante ad un finanziamento, o ad un investimento, implica inevitabilmente che il prezzo di quel finanziamento, o di quell'investimento, divengano maggiormente sensibili al rischio implicitamente contenuto.

In seguito al recepimento delle nuove disposizioni, il legame fra rating interno e pricing si farà più solido, più strutturato e più trasparente.

Questa situazione potrebbe indurre un effetto di carattere restrittivo nei confronti di alcune tipologie di aziende, in quanto imprenditori di minore qualità creditizia (tipicamente le Pmi) vedrebbero peggiorare le condizioni loro praticate con un effetto di compressione della loro capacità di indebitamento e di revisione delle opportunità di finanziamento. In pratica, secondo molti osservatori, le banche sarebbero indotte a ridurre il credito destinato alle Pmi e ad aumentare al contempo i tassi di interesse.

Le PMI, che costituiscono la componente più importante del tessuto economico, essendo tipicamente meno patrimonializzate e meno abituate a colloquiare con il mondo bancario, dovranno adeguarsi a nuovi metodi di gestione aziendale: se fino ad oggi hanno

privilegiato l'attenzione sugli aspetti fiscali o tributari, con Basilea 2 non solo dovranno adoperarsi per migliorare la propria struttura finanziaria e patrimoniale, ma anche la quantità, la qualità e la tempestività delle informazioni fornite ai finanziatori esterni.

Nel calcolo del rating avranno molto peso l'indebitamento (rapporto debiti a breve/debiti a scadenza medio-lunga), il rapporto indebitamento/mezzi propri, il rapporto affidamento/utilizzi (andamentale) ed è proprio a quest'ultimo aspetto che dovrà essere prestata la massima attenzione perché in grado di abbassare notevolmente il rating con la conseguenza immediata di un costo più elevato del denaro.

Un ruolo importante avranno quei Consorzi di garanzia che potranno concedere garanzia fidejussoria prima richiesta (che pertanto si sottoporranno alle regole dell'art. 107 del TULB) perché, a seconda del proprio rating, avranno la possibilità di incidere fortemente su quello dell'azienda che chiede credito.

Una indagine di Unioncamere sui giudizi delle agenzie di rating sulle pmi italiane in vista dell'entrata in vigore del nuovo accordo evidenzia che oltre la metà delle imprese manifatturiere ita-

ALLA SCOPERTA DEL RATING

	INVESTMENT GRADE	VULNERABILI	MOLTO RISCHIOSE
Estrattivo	83,4	13,9	2,7
Chimico-Gomma	57,0	36,6	6,4
Metallurgico	47,8	43,8	8,4
Carta	47,5	41,5	11,0
Minerali non met.	46,1	43,2	10,7
Meccanico-elett.	44,3	46,0	9,7
Mezzi trasporto	42,6	44,7	12,7
Legno	41,3	48,1	10,6
Altri settori	40,6	47,6	11,8
Alimentari	37,8	48,6	13,6
Tessile-Abb.	25,8	47,4	26,8
TOTALE	43,1	44,4	12,5

liane è poco affidabile e potrebbe presentare rischi di fallimento.

Ad essere affidabile è il 43% delle aziende, mentre circa il 57% è ritenuto vulnerabile o molto rischioso. In particolare, si legge nelle tabelle di Unioncamere (elaborate insieme alla R&S di Mediobanca), il 44,4% si colloca in una fascia di potenziale fragilità, mentre il 12,5% delle imprese versa in condizioni di palese criticità.

I settori che nella manifattura mostrano un profilo di maggiore solidità sono l'estrattivo, il chimico-gomma, il metallurgico e il cartario-editoriale. In particolare nell'estrattivo l'83,4% delle pmi è in investment grade, il 13,9 è ritenuto vulnerabile, mentre solo il 2,7% è giudicato molto rischioso. All'estremo opposto nella scala delle fragilità si posizionano invece il settore alimentare-bevande e soprattutto il tessile-abbigliamento-pelle, che da qualche tempo sta mostrando segnali di difficoltà, messo alle strette dalla concorrenza internazionale di prodotti a basso costo. In particolare molto rischiose sono giudicate il 26,8% delle pmi tessili, mentre oltre il 47% è vulnerabile.

Da tali andamenti, sottolinea ancora Unioncamere, emerge che a livello geografico l'area di centro comprendente Marche, Toscana e Umbria ha il posizionamento meno soddisfacente, poiché circa il 35% delle società che vi operano appartengono proprio alla filiera del tessile-abbigliamento; la percentuale invece oscilla tra il 12 e il 14% nelle altre aree Nord Est e Nord Ovest che sono invece quelle finanziariamente più solide.

La dimensione aziendale, misurata per fatturato, si conferma come elemento che incide in modo significativo sul profilo di rischio dell'impresa. Più ricca è l'azienda, minore è ovviamente la vulnerabilità. Ecco una tabella con l'affidabilità delle pmi per settori manifatturieri.

Esiste una interpretazione diversa delle possibili conseguenze di Basilea 2 sulle pmi che si basa sulle seguenti conside-

razioni.

Nel metodo standard si è detto che l'azienda si rivolge ad una agenzia di rating che le assegna una certa valutazione sulla base della quale la banca determina il coefficiente di ponderazione e applica un certo tasso all'ammontare prestato.

La particolarità è che per le imprese con un fatturato inferiore a 5 milioni di euro e un'esposizione minore di 1 milione di euro (fascia nella quale rientrano un cospicuo numero di pmi) è prevista la possibilità di saltare l'esame presso l'agenzia di rating e presentarsi direttamente in banca, con il risultato che il coefficiente di ponderazione che quest'ultima applicherà per il calcolo del capitale di vigilanza sarà del 75%. Un risparmio rispetto a oggi del 25%, che non esclude la possibilità di una riduzione del tasso applicato sul prestito. Nel caso dei rating interni, come si è detto, non sono più le agenzie di rating a dare il voto, ma le banche stesse. Sono le stesse a stabilire le classi di valutazione e i coefficienti di ponderazione, sempre seguendo le direttive di Basilea 2 ovviamente.

Ma per la solita impresa piccola (fatturato < 5 mln e esposizione < 1 mln) la via di fuga esiste, ed è contemplata sempre dall'Accordo.

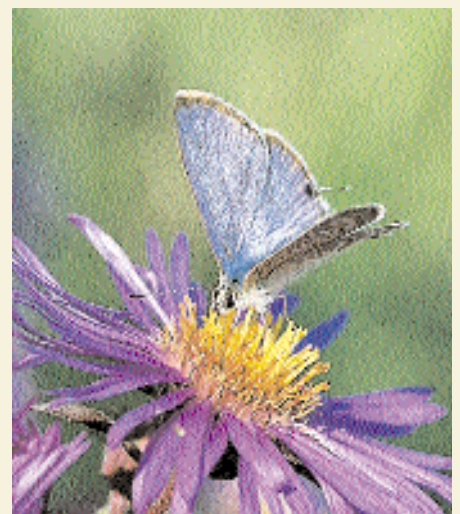
Il suo nome è "trattamento retail". La banca cioè sistema l'impresa in un portafoglio contenente tante altre imprese simili, ma con rischi differenti.

Il risultato di questa tecnica, detta diversificazione, è che il grado di rischio complessivo è più basso di quello di ogni singolo componente.

L'azienda dunque assume il rating attribuito al segmento di cui fa parte. E la banca che affronta un rischio più contenuto le potrebbe offrire condizioni più vantaggiose.

Roberto Finetto - Laura Lizzani

Servizio Studi della Camera di Commercio di Ravenna





Pari opportunità, un obiettivo in via di sviluppo

Donne e impresa costituiscono un binomio di forte spessore, anche per questo è stato importante incontrare e conoscere il Comitato per l'Imprenditoria Femminile in occasione dell'iniziativa sull'accesso al credito.

Già prevedere una presenza paritaria delle donne nel mondo del lavoro è un obiettivo in sviluppo, con dati ancora "critici".

Il ruolo di imprenditrice diventa ancora più impegnativo, avere un'autonomia d'impresa per una donna è infatti un progetto ambizioso quanto quello di

entrare nella sfera pubblica, essendo questi spazi prevalentemente occupati dagli uomini.

La presenza della donna nei luoghi decisionali e politici e lavorativi è da sempre un importante indicatore della qualità di sviluppo di un paese.

Occorre assumere questo concetto di base: le donne, anche quando non hanno una legittima attività lavorativa, offrono sempre e comunque un sostegno all'economia, apparentemente secondario, ma essenziale per il genere umano: il lavoro di cura, attività che spesso

conservano anche quando hanno un lavoro retribuito.

L'organizzazione del lavoro dovrà sempre più tener conto di questi fattori affinché gli spazi lavorativi per le donne prevedano forme di flessibilità adeguate.

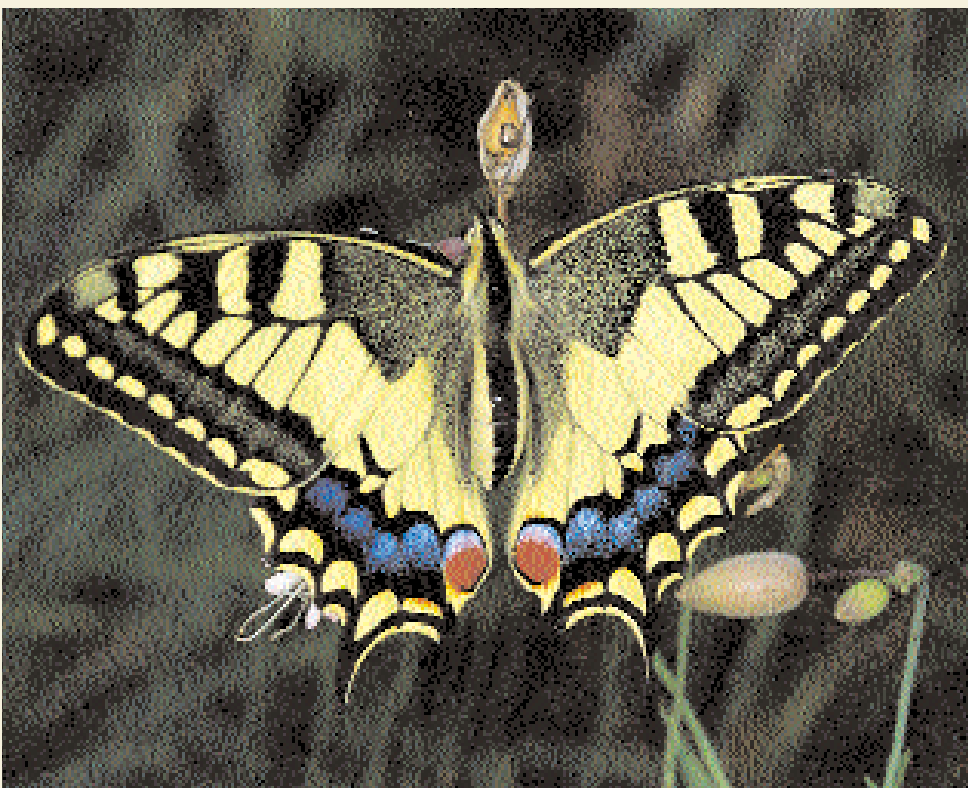
La donna che fa impresa garantisce senz'altro un apporto di attenzione alla qualità del lavoro, essendo per la donna centrale lo sviluppo umano in termini di rispetto della persona e di buon utilizzo delle risorse.

La donna che fa impresa riunisce inoltre nella sua esperienza lavorativa più elementi: il desiderio di autonomia, il saper gestire in proprio con responsabilità, la volontà di autorealizzazione e valorizzazione di sé, la flessibilità nella gestione del tempo attraverso la faticosa conciliazione dei tempi di vita e dei tempi di lavoro, la capacità di armonizzare le esigenze professionali e quelle familiari.

L'attività imprenditoriale rappresenta spesso per una donna una formula di autoimpiego per entrare (o rientrare) nel mercato del lavoro.

Il credito è essenziale per sostenere questa partecipazione

Se la partecipazione è la base della democrazia, avere più donne presenti in tutti gli spazi dell'attività economica significa non solo dare loro giusta rappresentanza, ma avere più sicurezza e più giustizia sociale.



Giovanna Piaia

Assessore alle Pari Opportunità
Comune di Ravenna

Donne e microcredito: una via per lo sviluppo

Come molti sanno, il microcredito è uno strumento finanziario che si rivolge a tutte quelle persone che non hanno accesso al credito tradizionale non potendo offrire garanzie reali alla banca. Tale strumento, utilizzato con successo nei paesi più poveri del pianeta, sta dando concreti risultati in termini di inclusione sociale e sviluppo economico.

Le donne risultano essere le maggiori beneficiarie e protagoniste di questo successo, dovuto, secondo gli studiosi e l'esperienza sul campo, ad alcuni fattori di base:

- la concessione di credito alle donne, come dimostra l'esperienza internazionale, ha un valore moltiplicativo che va oltre la sua accezione economica;
- la donna è il principale fattore per la stabilità familiare e la sicurezza dei membri più deboli;
- le donne hanno un maggior senso di responsabilità, che si traduce in un più elevato tasso di restituzione dei prestiti.

Da qualche tempo anche molti paesi sviluppati stanno realizzando programmi di microcredito all'interno dei propri confini tanto che la stessa Unione Europea ha lanciato vari programmi in tal senso, basti pensare al MAP (programma di garanzia per il microcredito) gestito dal Fondo Europeo degli Investimenti (FEI) per conto della Commissione Europea.

L'estendersi di queste iniziative, compresa quella che vede coinvolta la Fondazione Risorsa Donna, stanno a dimostrare la crescita di sacche di marginalità e povertà da un lato, e le potenzialità positive dello strumento microcre-

dito dall'altro.

Spesso si dice, a ragione, che il volto della povertà è femminile per sottolineare come siano le donne a dover pagare il prezzo più alto in situazioni di sottosviluppo.

Basti qui ricordare che in molti paesi spesso la donna è esclusa dal sistema educativo, dal mercato del lavoro e quindi dalla possibilità di accesso al mercato creditizio. Piegata sotto il carico del lavoro familiare non riesce ad accrescere le sue potenzialità con percorsi di formazione ed apprendimento divenuti ormai indispensabili per qualsiasi tipo di attività.

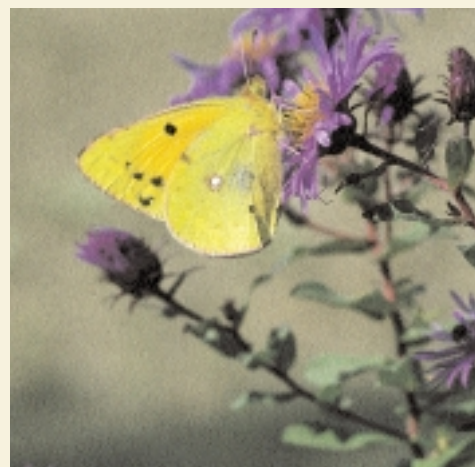
Un recente studio promosso dalla nostra Fondazione e realizzato grazie al contributo della Direzione Generale-Cooperazione allo Sviluppo ha messo in luce quali sono gli effetti dei programmi di microcredito sulle donne.

Sono state effettuate più di 4.000 interviste, con l'aiuto di 30 istituzioni di microfinanza, a donne beneficiarie in Marocco, Tunisia, Egitto, Giordania, Libano, Bosnia, Croazia, Kosovo, Albania, Francia, Spagna e Italia.

I risultati sono stati molto incoraggianti.

Il 70% delle donne che hanno avuto accesso al microcredito ha registrato un incremento del proprio reddito, ad eccezione di Spagna e Croazia dove il reddito è migliorato per circa il 65% delle donne beneficiarie, e all'Italia dove solamente il 32% ha potuto registrare un incremento del proprio reddito.

L'incremento di reddito viene utilizzato per sanare debiti, ma soprattutto per migliorare la qualità di vita della propria





2007: il credito sarà più rosa?

famiglia; in particolare aumenta il consumo di cibo specialmente in Croazia, Giordania, Kosovo, Marocco e Spagna, dove il 20% delle donne intervistate dichiara di aver superato il problema della carenza di cibo grazie all'accesso al microcredito.

In Kosovo, Giordania e Tunisia l'incremento del reddito ha migliorato le condizioni abitative per il 70% delle donne che hanno partecipato ai programmi di microcredito, cambiando così in meglio alcuni aspetti importanti per il loro tenore di vita. Lo stesso dato si abbassa al 60% in Bosnia ed Albania, mentre negli altri paesi risulta nettamente inferiore la percentuale di donne che ha apportato migliorie alle proprie abitazioni.

Secondo la ricerca i programmi di microcredito hanno rappresentato un forte incentivo all'emancipazione femminile. In particolare per le beneficiarie del microcredito: in Marocco, Italia e Kosovo è aumentata la possibilità di u-

scire da casa; in Egitto e Albania è aumentata la possibilità di decidere autonomamente rispetto agli acquisti; in Tunisia, Bosnia e Croazia è cresciuta la partecipazione delle donne alle decisioni familiari; in Giordania, Spagna e Bosnia è stato evidenziato un aumento del potere di contrattazione delle donne in seno alla famiglia.

L'accesso al microcredito ha sviluppato l'attitudine a conciliare lavoro e famiglia soprattutto in Tunisia, Giordania ed Egitto lasciando, invece, invariata la situazione in Marocco, Bosnia e Italia. Di particolare interesse risulta la variazione dell'empowerment rispetto all'approccio di microcredito adottato. In letteratura si fa riferimento a due approcci: quello minimalista, basato sulla semplice erogazione del credito, e quello integrato, in cui l'erogazione viene preceduta ed accompagnata da una serie di azioni di assistenza, formazione, tutoraggio.

I risultati dimostrano che programmi di

microcredito integrati portano in media un impatto positivo in termini di empowerment per il 76% delle intervistate mentre le istituzioni con approcci minimalisti ottengono il 62% di risultati positivi. Ciò suggerisce l'importanza della prestazione di servizi non finanziari – quali quelli sopraccitati – per riuscire a influenzare l'empowerment.

Detto questo c'è da chiarire che non riteniamo il microcredito la panacea di tutti i mali. Esso va sempre accompagnato, in ogni caso, da azioni che favoriscano l'accesso alle cure, allo studio, alla vita politica e sociale del proprio paese.

Solo così, a nostro avviso, si potrà avere uno sviluppo duraturo e sostenibile.

Paola Barbieri

Presidente di Fondazione
Risorsa Donna e membro del Comitato
Nazionale per il Microcredito



Creare un'impresa

di TIZIANO CERIGNOLA*

Capita nella vita di volersi mettere in gioco, cambiando radicalmente le proprie abitudini ed i propri scenari di riferimento. Può capitare al giovane neo laureato che ha un'idea innovativa al 100% o al dipendente che intuisce sviluppi nuovi per un prodotto/servizio che la propria azienda non vede o sottovaluta.

Il successo o meno di queste idee dipende, in larga parte, dall'analisi che occorre fare in partenza, per capire se si tratta di un'opportunità vera o di un semplice desiderio senza né capo né coda. Ovviamente è sempre bene che tale analisi non venga fatta dall'aspirante imprenditore da solo, parlando con il proprio specchio, ma che venga elaborata con l'aiuto di un commercialista, che saprà evidenziare i punti di forza e di debolezza del progetto, aiutando così l'impresa a nascere sul giusto binario.

L'analisi può portare alla redazione, semplice o complessa a seconda dei casi, di un insieme di concetti, obiettivi e numeri (il business plan), utile sia per chiarire i passi da compiere e sia per chiedere finanziamenti alle banche o a investitori privati.

Questo articolo illustra in modo semplice come ci si dovrebbe comportare, rinviando alla letteratura (e all'esperienza professionale) tutti gli arricchimenti dei vari casi concreti.

Le fasi dell'analisi

Fondamentalmente un business plan serve per capire se il nostro prodotto/servizio ha un mercato, di quale ampiezza, con quali concorrenti e con quali margini di guadagno. Chiariti questi punti ci si focalizza sulle risorse (umane e finanziarie) necessarie per avviare l'impresa.

L'analisi delle "4P"

L'analisi può partire studiando le classiche "4P" del marketing:

- prodotto (inteso come matrice prodotto/mercato)
- posto (inteso come distribuzione)
- promozione
- prezzo.

Analizziamo ora i diversi elementi:

a) Matrice prodotto/mercato

Questa è l'analisi più importante da compiere e per la quale occorre ragionare con concretezza, senza farsi prendere da eccessivo amore per il proprio progetto.

Occorre capire quali sono le valenze del nostro pro-

dotto/servizio:

- quali sono le sue caratteristiche di novità (tecniche, di servizio, ecc.)
- in cosa si differenzia dai prodotti dei concorrenti. Inoltre occorre capire come si muove il mercato:
- qual è il suo mercato di sbocco, sia come soggetti (aziende o privati) che come territorio (locale, nazionale, estero)
- quanto è vasto il mercato, sia in termini di numero di clienti che di capacità di spesa
- chi sono e cosa offrono i concorrenti già sul mercato
- quali sono i nostri punti di forza e di debolezza rispetto a questi concorrenti.

b) Posto

Capito il mercato di riferimento occorre studiare come effettuare la distribuzione, sia in termini economici che logistici.

È evidente che un prodotto/servizio rivolto ad altre aziende ha necessità di raggiungere un numero limitato di potenziali clienti, che possono essere serviti da una struttura commerciale anche ristretta, sia interna che esterna (agenti, distributori, ecc.).

Viceversa un prodotto destinato ai consumatori finali necessiterà di un'ampia catena distributiva, sia creata in proprio (es. negozi monomarca, in franchising o meno), che indipendente (distributori indipendenti, ecc.).

Occorre poi studiare la logistica, cioè la distribuzione fisica del prodotto/servizio, sia con mezzi interni che appoggiandosi agli operatori specializzati.

c) Promozione

Ogni prodotto/servizio deve essere conosciuto dai potenziali clienti, sia nei suoi aspetti tecnici (a cosa serve), sia nei suoi aspetti più immateriali (quali bisogni non primari esso soddisfa).

Anche in questo caso le caratteristiche del prodotto/servizio e il suo mercato di sbocco influenzano in maniera notevole le tecniche di promozione, che spaziano dalla semplice politica del catalogo e degli sconti alle più impegnative tecniche di comunicazione di massa, nonché alla scelta dei mezzi pubblicitari più idonei, dal semplice volantino alle campagne sulle televisioni.

d) Prezzo

Il prezzo è sempre l'elemento che racchiude in sé tutte le caratteristiche del prodotto/servizio e che di-

scrimina il mercato di sbocco.

Occorre tenere conto della concorrenza che ha già sul mercato prodotti/servizi simili e che reagirà all'ingresso del nuovo competitor. Per formulare il prezzo occorre avere chiaro come verrà realizzato il prodotto/servizio ed i relativi costi di produzione: in proprio, tramite appalto a ditte locali, tramite acquisti su mercati emergenti (Cina o altro), ecc.

Le risorse

Una volta chiarite le "4P" occorre concentrarsi sulle risorse necessarie: chi fa cosa e, soprattutto, con quanti e quali mezzi.

Si tratta di:

- elencare le risorse umane necessarie nei vari ruoli (responsabile di produzione, addetto alla commercializzazione, ecc.)

- elencare i mezzi materiali necessari (un'intero stabilimento o solo un computer in una stanza).

Fatto questo elenco occorre chiedersi se le risorse umane sono coperte dal titolare o dai soci o se si tratta di acquistarle dall'esterno, come dipendenti (con costi fissi) o tramite contratti (con costi variabili).

I mezzi materiali necessari dipendono dalle caratteristiche del prodotto/servizio e dal mercato di sbocco: come si produce il prodotto/servizio? come lo si stocca e poi distribuisce? ecc. Anche in questo caso si tratta di scegliere tra strutture proprie o acquisite da terzi tramite contratti.

Il preventivo iniziale

Tutte le analisi ed i ragionamenti sopra esposti vanno sintetizzati alla fine con numeri che rispondono

a tre domande:

- quali sono i costi ed i ricavi previsti per la nuova impresa e da quando questa avrà dei profitti
- qual'è il volume di produzione e vendite che consente di raggiungere il punto di pareggio
- quanti soldi servono per partire e, soprattutto chi ce li mette e a quale titolo.

Il preventivo economico è fondamentale per capire anche quanto tempo occorrerà all'impresa per arrivare al profitto: è normale che occorran due/tre anni in base alle condizioni del mercato.

I soldi in parte li debbono mettere il titolare ed i soci, ma in parte andranno presi da terzi estranei, in primo luogo dalle banche.

Alla fine dei conti

Terminati questi ragionamenti, stabiliti i ruoli e le risorse necessarie il commercialista consiglierà la struttura

giuridica più adatta alla nuova impresa, con tutta la sua rete di rapporti contrattuali.

Questo semplice "business plan" consentirà al nuovo imprenditore e al suo commercialista di presentarsi alle banche e ai privati finanziatori con un progetto chiaro, coerente e credibile.

Poi, come sempre, sarà il tempo a chiarire se avevamo considerato la maggior parte delle variabili che influenzano il successo o il fallimento di un'impresa: non tutto è ancora nelle nostre mani, specie in un mondo sempre più globalizzato e il rischio d'impresa non potrà mai essere cancellato.

* Dottore Commercialista in Faenza

“
I doveri
deontologici
garantiscono
un corretto e utile
servizio”
”

Arredo ufficio - segnaletica aziendale
pareti attrezzate & divisorie
www.studiotarredo.it

STUDIO T
Via G. di Vittorio, 4
48026 Russi (Ra)
tel. 0544 580038 - fax 0544 582546
studiot@studiot.it

Concorsi a premi, le regole da applicare di DANILLO ZOLI*

Il Decreto Presidenziale N. 430 del 2001 ha radicalmente modificato la disciplina di concorsi e operazioni a premio.

Dal 12 aprile 2002 è nei fatti scomparsa la famosa frase "Aut. Min. Rich." che, recitata velocemente alla fine degli spot pubblicitari, alla maggior parte di noi risultava una incomprensibile, quanto dovuta, precisazione.

Le manifestazioni a premio sono state suddivise dalla normativa nelle due seguenti tipologie:

- concorsi a premio
- operazioni a premio

Ulteriori e importanti novità per le aziende sono:

- la possibilità di indire manifestazioni, attraverso un proprio rappresentante fiscale, anche per imprese straniere che non hanno sede stabile in Italia
- la possibilità di organizzare manifestazioni a premio in associazione tra più aziende
- la possibilità di domiciliare le manifestazioni a premio presso operatori professionali o agenzie di promozione che potranno conservare i documenti e prestare cauzione.

Operazioni a premio

Per operazioni a premio si intendono le offerte di un regalo a tutti coloro che vendono o acquistano un determinato prodotto o servizio.

Per le operazioni a premio è sufficiente una dichiarazione sostitutiva di atto notorio del rappresentante le-

gale dell'azienda che riporti il regolamento della manifestazione. Oltre alla comunicazione al Ministero dello Sviluppo Economico del versamento, quanto dovuta, della cauzione. La dichiarazione sostitutiva va conservata presso la sede della ditta per tutta la durata dell'operazione a premio e nei dodici mesi successivi. Infine, nelle operazioni a premio la cauzione non è dovuta se il premio viene corrisposto all'atto dell'acquisto del prodotto o del servizio oggetto della promozione.

Concorsi a premio

I concorsi a premio sono manifestazioni nelle quali l'attribuzione dei premi dipende dalla sorte, dall'abilità o dalla capacità del concorrente, senza l'obbligo di acquisto di un prodotto o servizio.

Per indire concorsi a premio, in base alla nuova normativa, basta comunicare al Ministero dello Sviluppo Economico l'intenzione di svolgere l'iniziativa promozionale, compilando l'apposita modulistica e allegando il regolamento della manifestazione e la prova del versamento di una cauzione a favore dello stesso Ministero e pari al valore netto dei premi messi in palio.

Per i concorsi a premio una importante novità riguarda la fase d'individuazione dei vincitori: l'articolo 9 del DPR 430 prevede testualmente che "ogni fase dell'assegnazione dei premi, è effettuata, con onere a carico dei soggetti promotori, alla presenza di

“
Un decreto presidenziale ha modificato radicalmente la disciplina
”



un notaio o del responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica competente per territorio o di un suo delegato”.

Appare quindi chiara la volontà del legislatore di garantire la trasparenza delle operazioni e la fede pubblica soprattutto nella fase di assegnazione dei premi attraverso la presenza di un soggetto garante per il consumatore ed individuato nella figura del notaio o di un funzionario della Camera di Commercio (secondo la libera scelta effettuata dal soggetto promotore dell’iniziativa).

L’intervento delle Camere di Commercio nelle manifestazioni a premio è quindi una delle novità introdotte dalla nuova normativa che ha modificato radicalmente la materia e che ha definito la precisa funzione del responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica competente per territorio o di un suo delegato, che viene chiamato a partecipare alla fase di estrazione, quale soggetto garante della trasparenza e delle operazioni di assegnazione dei premi.

Richiesta del funzionamento della Camera di Commercio

La Camera di commercio di Ravenna è disponibile a fornire le informazioni di propria competenza attinenti all’argomento e ad indicare le modalità per richiedere la presenza di un proprio funzionario verbalizzante.

DOVE RIVOLGERSI

Ufficio Promozione - Dott. Danilo Zoli

Ufficio Sportello di Conciliazione e Tutela del Consumatore - Dott.ssa Annarita Morselli

La presenza dei funzionari camerali dovrà essere fatta attraverso la compilazione di un apposito modulo di richiesta, al quale dovrà essere allegata in copia la documentazione già inoltrata al Ministero. La prestazione dei funzionari incaricati opererà secondo le tariffe e le modalità già stabilite dalla Giunta della Camera di Commercio. Si invita a fare richiesta del funzionario con congruo anticipo, nella fase di stesura del progetto della manifestazione, per garantire una buona organizzazione e per approfondire e risolvere, con reciproca e costruttiva collaborazione, eventuali problemi legati alla regolamentazione del concorso che l’azienda intende preparare.

Sul sito del Ministero dello Sviluppo Economico sono disponibili i modelli ufficiali di comunicazione che devono essere ad esso inviati e le relative istruzioni. www.sviluppoeconomico.gov.it

*Ufficio Promozione
Camera di Commercio di Ravenna

92be



C.U.R.A.
Camera di Commercio di Ravenna

**ENERGIA ELETTRICA
E GAS A PREZZI SCONTATI**

via Granarolo 175/3 - 48018 Faenza Ra
tel. 0546.646046 - fax 0546.646112
e-mail info@cursaenergy.it
www.cursaenergy.it

promosso da:
Associazione degli Industriali
della Provincia di Ravenna



L'Energia è meglio trattarla con C.U.R.A.

È necessaria l'adesione al Consorzio

75be



- **INSEGNE LUMINOSE:**
A CASSONETTO - A LETTERE SCATOLARI
IN PLASTICA E METALLO - A FILO NEON
- **CARTELLONISTICA**
- **TUBI AL NEON:**
PER ILLUMINAZIONE E DECORATIVI
- **INSEGNE TABACCHI
LOTTO**
- **LAVORAZIONE LASTRE
ACRILICHE PER
ARREDAMENTO - EDILIZIA**
- **OROLOGI/GIORNALI
ELETTRONICI**
- **DECORAZIONI PER VETRINE
E STAND FIERISTICI**
- **SCRITTE E MARCHI ADESIVI
PRESPAZIATI CON PLOTTER
COMPUTERIZZATO**
- **UFFICIO TECNICO:
STUDI E PROGETTI CON
SISTEMI COMPUTERIZZATI**

Sede e Prod.ne: **CESENA** - Via Arla Vecchia, 645
Tel. 0547/347077 Fax 0547/347162
Uff. Comm.: **RAVENNA** - Via Cesarea, 14
Tel. 0544/67134

Ravenna, "Architetture in vetrina"

di BARBARA BARTOLI*

Artisti in vetrina: Ravenna. Il centro si veste di gioielli d'arte incastonati nella scenografia delle vetrine, questa la sintesi comunicativa di una rassegna espositiva che coniuga il brillare con l'essere, il valore della vendita con la unicità dell'opera d'artista. Sono davvero felice di avere inaugurato proprio a Ravenna – la mia "città di adozione", da quando nel 1975 da Roma con la mia famiglia mi sono trasferita qui – l'edizione pilota di quella che appare essere la puntata di valorizzazione di un lungo percorso fatto di architettura, marketing, linguaggio espositivo, e non certo di vetrinistica. Infatti, fin dall'autunno del 2002, nella 1ª edizione del corso "Architetture in vetrina", da me ideato e condotto e svolto in collaborazione con l'Ascom Confcommercio di Ravenna, ho appunto impostato un atteggiamento diverso da quello canonico, che vede l'esercente fornire uno spazio e poi aspettare che qualcuno – e-

“
**Gioielli d'arte
incastonati nelle
scenografie
delle vetrine**
”

sterno all'attività di vendita – arrivi a creare una scenografia che parla di individualità creativa, completamente sganciata dal complesso e strutturato percorso del titolare dell'attività commerciale.

La vetrina invece, per diventare davvero l'interfaccia fra singolo e città deve assumere la fisionomia di quel contesto in cui, chi ha già deciso cosa dire con i propri prodotti e/o servizi – scelti a monte del processo di vendita con lo specifico tipo di selezione da campionario – semplicemente entra in contatto con l'acquirente potenziale attraverso un'immagine di se stesso che appunto attraverso la vetrina si trasforma in un linguaggio vero e proprio.

Un articolo pubblicato sulla stampa locale riprendeva testualmente questo mio ideale di commercio comunicato senza perifrasi artefatte e chiuse in se stesse





se: le vetrine possono parlare. Perché la vendita non è semplicemente un incasso, ma al contrario si avvale delle molteplici gradazioni che dalla scelta dell'ordinativo, attraverso la vetrina ed il linguaggio dell'esercente, si rivolgono all'insieme dei clienti, potenziali od acquisiti. Ma tornando a quel percorso intrapreso di "Architetture in vetrina", ecco dopo la 2ª edizione del corso nell'inverno 2003, nel maggio dello stesso anno il 1° concorso (vincitore Raimondi abbigliamento in via Diaz), poi nel marzo del 2004 la presentazione del libro omonimo; con la primavera del 2004 e l'estate del 2005, la 3ª e 4ª edizione del corso e la 2ª edizione del concorso "Architetture in vetrina", nel luglio 2005 (vincitore Casa della Tenda in Circ. ne S. Gaetanino).

Ma finalmente arriviamo al 21 giugno 2006: l'idea di una rassegna che, in continuazione con la mostra Ceramicamosaico, vero e proprio evento internazionale dell'estate 2005 a Ravenna, attivasse un linguaggio ancora più articolato – quello che oltre all'esercente ed all'acquirente coinvolga anche l'artista – ha preso il via.

Il 19 luglio del 2006 il primo incontro con questo interconnesso organismo – che attraverso l'Amministrazione Comunale e le Associazioni di Categoria (Ascom, Confesercenti, Confartigiano, Cna) svolge funzioni omonime alla sua definizione – Cabina di regia, nell'ambito del quale l'idea di un linguaggio della vetrina, arricchito dell'eredità artistica di ceramisti e mosaicisti ricompresi in tutta la provincia, dà l'avvio alle fasi strutturanti e definenti l'operatività di questa edizione pilota di "Artisti in vetrina".

Svolta nel novembre 2006, mentre la città si preparava alla coinvolgente avventura commerciale del Natale, la rassegna ha visto impegnati una cinquantina di esercenti del centro storico (V. Boccaccio, V. Cairoli, V. Cavour, V. Corrado Ricci, V. De Gasperi, V. Diaz, V. di Roma, piazza Einaudi, V. le Farini, V.lo Gabbiani, V. Girolamo Rossi, V. Gordini, V. Guidone,

158be

CONFICCONI DANIELE

Impianti elettrici civili e industriali

Via Stradone, 64/α - PORTO FUORI (Ra) - Cell. 335 431069 - FAX 0544 433523



V. Matteotti, V. P. Matteucci, V. Mazzini, V. Mentana, V. Ponte Marino, V. IV novembre) e di vie immediatamente connesse (V. Maggiore, Circ. ne Rocca Brancaleone, V. Pallavicini).

La tipologia degli esercizi commerciali è la più disparata, e quindi articolata.

Quanto agli artisti, così come era accaduto per gli esercenti, il coinvolgimento è avvenuto nuovamente a cura dalle quattro associazioni di categoria (Confesercenti, Ascom, CNA, Confartigianato), a dimostrazione di questa straordinaria sintesi complessa di intenti e professionalità di strumentazioni, sempre

“
**Un’iniziativa
 che potrebbe essere
 ripetuta anche in
 altri periodi
 dell’anno**
 ”

con il coordinamento a cura del Settore Turismo dell’Amministrazione Comunale di Ravenna. Le tappe della sperimentazione – necessariamente diversa nell’approccio pratico rispetto

alla simulazione teorica, che prevedeva un continuo e diretto coinvolgimento di esercenti ed artisti secondo un regolamento (semplice e cadenzato) elaborato ed inviato preventivamente a tutti i soggetti coinvolti nell’iniziativa – hanno prodotto un ottimo risultato, che certamente nelle auspiccate edizioni successive (cui potranno aggiungersi esercizi diversi e nuovi artisti) saprà avvalersi del materiale che questa edizione pilota ha prodotto.

Conto di potere coinvolgere in un incontro aperto alla cittadinanza, nel prossimo mese di gennaio, i partecipanti all’iniziativa di questo novembre 2006, proprio per commentare insieme a loro, ed ai sog-

getti della Cabina di Regia – nonché alla Fondazione della Cassa di Risparmio e alla Camera di Commercio, che hanno finanziato l’iniziativa – le tappe ed i risultati di un’edizione che potrebbe articolarsi nelle restanti tre stagioni, – inverno, primavera, estate – sempre nell’intento di dimostrare che le vetrine possono parlare insieme a gioielli incastonati in cui l’opera dell’artista non è semplicemente qualcosa di criptico, esposto in un museo, o ancora sconosciuto in un laboratorio, ma un gesto di intuizione che sintetizza una visione, per raccontarla a chiunque saprà in silenzio cercare di capire.

Di certo è stato grazie a tutti loro, artisti ed esercenti, che insieme alla Cabina di Regia ed alle risorse messe in campo dalla Fondazione e dalla Camera di Commercio, si è potuto tradurre un progetto in realtà: e questo ha un valore enorme, da condividere nella magia di una vigilia di Natale che auguro meraviglioso e ricco di sensazioni autentiche e meravigliose, in modo che chiunque possa riuscire a dare concretezza alle proprie idee ed alle aspirazioni.

* **Ingegnere, architetto, docente all’Università degli Studi di Bologna, Presidente AIAR, VicePresidente ANIAI, libero professionista**



Sicurezza alimentare, le linee della UE

di DANILLO ZOLI*



L'Unione Europea è il maggior produttore al mondo di alimenti e bevande (600 miliardi di Euro di fatturato, 2,6 milioni di addetti in agroindustria e bevande e 7,5 milioni in agricoltura), viene da sé che l'Europa, prima di altri paesi, si sia posta il problema di regolamentare il settore.

Attraverso la stesura di due documenti preparatori, il *Libro Verde* (1997), che gettò le premesse sui "Principi generali della legislazione in materia alimentare" e il *Libro Bianco* sulla sicurezza alimentare (2000), che dettò le linee fondamentali della legislazione in materia alimentare nell'Unione, la Commissione Europea dava atto della inadeguatezza della legislazione comunitaria a presidio della sicurezza alimentare e dei mangimi.

La Commissione Europea ha fatto quindi della sicurezza alimentare una delle sue priorità e ha introdotto una nuova politica alimentare con il fine di:

- mantenere un elevato livello di protezione della salute umana;
- fornire garanzie di sicurezza e ottenere fiducia da parte dei consumatori e dei soggetti interessati;
- raggiungere un nuovo equilibrio fra esigenze sanitarie, ambientali ed economiche.

Il processo di rivisitazione delle regole generali della legislazione alimentare ha trovato un punto di svolta con la emanazione del Regolamento CE 178 del 28 gennaio 2002 il cui elemento innovativo è l'obbligo della rintracciabilità di filiera a decorrere dal 1 gennaio 2005 per tutti gli operatori del setto-

AMBRA
Ambiente Ravenna
Soc. Consortile a r.l.

**SERVIZI ECOLOGICI
e AMBIENTALI**

Via Magnani, 5 - Ravenna
Tel. 0544-456812

84be

83be

**COLAS
VIGILANZA**

Numero Verde:
800 046340

Con personale qualificato regolarmente autorizzato, è in grado di offrire i seguenti servizi su tutta la provincia di Ravenna e Forlì:

- ✓ TELEVIDEO CONTROLLO DI IMPIANTI TVCC
- ✓ TELECONTROLLO CON RADIOALLARME E PATTUGLIA DI PRONTO INTERVENTO
- ✓ RONDA NOTTURNA E DIURNA CON BIGLIETTO ED OROLOGIO DI CONTROLLO
- ✓ PORTINERIA - CENTRALINO
- ✓ PIANTONAMENTO FISSO
- ✓ CENTRALE OPERATIVA 24 ORE SU 24

FORLÌ - Via Aldrovandi, 14
Tel. 0543.774334 - Fax 0543 750308

RAVENNA - Via Romagnoli, 13 (z. Bassette)
Tel. 0544.453333 - Fax 0544 453864
www.colasvigilanza.it • colasvigilanza@libero.it

re, dalla produzione primaria alla distribuzione dei prodotti. Molti hanno guardato con preoccupazione a questo avvento, tuttavia gran parte degli operatori intermedi della filiera non si sono fatti trovare impreparati, soprattutto nel settore della trasformazione e distribuzione, generalmente caratterizzati da strutture di notevoli dimensioni, strutturate e con presenza di figure professionali specifiche. Il primo e l'ultimo anello della catena però sono forse più frammentati e godono di risorse più limitate e soprattutto per l'agricoltore e per il consumatore restano ancora delle incognite da chiarire.

Nel corso del 2004 la Commissione Europea ha poi emanato un successivo gruppo di regolamenti che sono entrati in vigore il 1 gennaio 2006 (cosiddetto "Pacchetto Igiene") che insieme al regolamento 178/2002 hanno ridisegnato il "quadro normativo" cogente, cioè obbligatorio di riferimento in materia di sicurezza alimentare.

Altrettanto rilevante in materia è il quadro normativo volontario, a partire dalle norme UNI (Ente Nazionale di Unificazione) che definiscono schemi di rintracciabilità a livello aziendale (UNI 11020:2000) e di filiera (UNI 10939:2001). Sempre in ambito normativo volontario si segnala la pubblicazione da parte dell'ISO (International Organization for Standardization) della tanto attesa ISO 22000 "Food Safety management systems requirements", la norma internazionale che ha l'obiettivo di armonizzare l'approccio alla sicurezza alimentare (HACCP, GMP, ecc.).

L'ambito normativo della rintracciabilità volontaria è sempre più diffuso tra le imprese come leva competitiva per differenziare il prodotto sul mercato ed

“
**La rintracciabilità
 è una leva
 competitiva per
 differenziare il
 prodotto sul
 mercato**
 ”

è per questo che tale tematica è stata uno dei cardini del progetto promosso da Unioncamere e dalle Camere di Commercio dell'Emilia Romagna dal titolo "Interprofessionalità e tracciabilità delle Imprese Agroalimentari", finalizzato a sviluppare le iniziative

a supporto del sistema agroalimentare regionale, favorendo la conoscenza rispetto alla normativa cogente e volontaria sulla sicurezza alimentare.

Una delle linee fondamentali del progetto è stata quella di predisporre, in maniera personalizzata, da parte di ogni Camera di Commercio, dei materiali divulgativi e di supporto che si sono concretizzati nella predisposizione di una "Guida informativa" che ha il principale obiettivo di illustrare le principali implicazioni per le PMI de-

rivanti dalla evoluzione del quadro normativo cogente e volontario in materia di sicurezza alimentare, con particolare riferimento alla rintracciabilità.

La Guida, nella quale sono riportati anche i referenti delle diverse Associazioni di categoria per i servizi sulla sicurezza alimentare, rimane a disposizione delle Associazioni, delle imprese e dei consumatori ed è disponibile anche on-line sul sito internet della Camera di Commercio di Ravenna www.ra.camcom.it.

* Ufficio Promozione
 Camera di Commercio di Ravenna



DI COSA PARLIAMO

ALIMENTO: qualsiasi sostanza o prodotto trasformato, parzialmente trasformato o non trasformato, destinato ad essere ingerito da esseri umani. Sono comprese le bevande, le gomme da masticare e qualsiasi sostanza compresa l'acqua, intenzionalmente incorporata negli alimenti nel corso della loro produzione, trattamento e preparazione.

MANGIME: qualsiasi sostanza o prodotto, compresi gli additivi, trasformato, parzialmente trasformato o non trasformato destinato alla nutrizione per via orale degli animali.

ANALISI DEL RISCHIO: processo costituito da tre componenti interconnesse: valutazione, gestione e comunicazione del rischio. Ovvero lo scambio interattivo, nell'intero arco del processo di analisi del rischio, di informazioni riguardanti gli elementi di pericolo ed i fattori connessi al rischio e alla sua percezione.

RINTRACCIABILITÀ: possibilità di ricostruire e seguire il percorso di un alimento o di una sostanza destinata o atta ad entrare a far parte di un alimento o di un mangime, attraverso tutte le sue fasi di produzione, della trasformazione e della distribuzione.

TRACCIABILITÀ: è il processo che segue il prodotto da monte a valle della filiera e fa in modo che in ogni stadio attraverso cui passa, vengano lasciate opportune tracce (informazioni)

FILIERA: insieme di operatori legati da legame contrattuale e coordinati da un richiedente, che concorrono, nella logica cliente-fornitore, alla produzione di un bene.

Registro imprese, la sfida futura

di MARIA CRISTINA VENTURELLI*

L'anno che va a concludersi è stato un anno importante per il Registro delle imprese, che ha celebrato il decennale della sua costituzione.

Tutto il sistema camerale ha colto questa occasione per organizzare, attraverso le varie Camere di commercio, momenti di incontro e approfondimento sulle tematiche più interessanti e, soprattutto, per pianificare la sfida futura.

Uno dei temi più sentiti, emersi nel corso degli incontri e, in particolare, nel corso dell'evento celebrativo tenutosi a Roma e della Convention annuale dei Conservatori organizzata recentemente a Venezia, è quello che riguarda la qualità dei dati contenuti nel Registro stesso. Infatti, dopo un decennio interamente dedicato dapprima all'organizzazione poi alla telematizzazione e al miglioramento dei tempi di controllo e caricamento, si sente ora fortissima l'esigenza di porre massima attenzione al tipo di dati contenuti in un Registro così prezioso dal punto di vista informativo ed economico.

L'obiettivo principale è quello di avvicinare il dato contenuto nel Registro alla realtà imprenditoriale esistente, in modo che in esso sia "fotografata" la situazione reale.

Questo permetterebbe tra l'altro di dare concreto avvio a quei progetti di georeferenziazione, di cui da

tempo si parla con i Comuni e le Province. Infatti, nel momento in cui la situazione imprenditoriale contenuta nel Registro sarà perfettamente rispondente alla reale situazione esistente, sarà possibile collocare le varie attività imprenditoriali in una carta topografica completa, dalla quale emerga non solo la planimetria relativa all'edilizia abitativa e commerciale, ma anche quale impresa è situata in una determinata via e numero civico e che tipo di attività svolge.

Non è semplice comprendere per quale motivo risulta difficoltosa la concreta realizzazione di un tale progetto all'apparenza semplice. La motivazione sta nel fatto che il Registro è implementato semplicemente e solo (fatte salve le informazioni relative ai fallimenti) su istanza di parte. Da ciò si può ben comprendere che, qualora l'imprenditore risulti inadempiente, la sua posizione nel Registro resta invariata e le nuove informazioni non vengono conosciute, con la conseguenza che il dato estrapolato

“
Nel decennale della
sua costituzione,
i progetti di
rinnovamento
”

174be



Zoli & Zoffoli snc
di ZOLI MARIO & C.

Via Petrosa n. 253 - CAMPIANO (RA)
Tel. 0544/563304 - Fax. 0544/563441
web site: www.zoliezoffoli.it
email: info@zoliezoffoli.it

1955-2005
50

**Riparazione, Commercio e Noleggio
Macchine Movimento Terra Agricole e Industriali**

non è attuale e resta impreciso. Qualche strumento legislativo per "pungolare" le imprese esiste e il Registro delle imprese di Ravenna lo attiva, tuttavia tali strumenti non sono sufficienti a garantire l'implementazione costante delle informazioni. Nell'ottica dell'attenzione alla qualità del dato, comunque, il sistema camerale ha deciso di attivare tutti i possibili interventi per migliorare i dati attualmente contenuti nel Registro. A tal fine è stato costituito a livello nazionale - presso l'Uniocamere a Roma - un Gruppo di lavoro, formato da alcuni Conservatori di Registri delle Imprese (tra i quali anche Ravenna) e rappresentanti di Infocamere - la società di informatica delle Camere di commercio - con il

preciso compito di individuare alcuni interventi fattibili direttamente, con lo scopo di migliorare la qualità dei dati attualmente contenuti nei Registri. Dopo molti confronti e approfondimenti (modificare un dato è questione molto delicata, anche in relazione agli aspetti giuridici che un intervento diretto può comportare), si sono proposti alcuni interventi di "normalizzazione", che, in accordo con tutti i Conservatori, verranno avviati dal prossimo gennaio 2007. In particolare tali interventi, che interessano la complessità delle posizioni iscritte nei Registri a livello nazionale, riguarderanno:

1. Controllo e recupero Partita I.V.A.

Da una analisi delle imprese iscritte nel Registro è risultato che numerose posizioni mancano del dato della Partita I.V.A., che è un utile elemento identificativo a supporto dell'esatta individuazione del soggetto. I numeri di Partita I.V.A. assenti sono pari al 49% del totale delle imprese iscritte e per il loro recupero si opererà in collaborazione con l'Agenzia delle Entrate, la quale sta incrociando i dati in proprio possesso con quelli del sistema camerale. L'Agenzia delle Entrate prevedibilmente completerà la fornitura dei dati entro il mese di gennaio 2007. Una volta terminato il confronto si procederà nel modo seguente:

- nei casi nei quali l'abbinamento è affidabile, si procederà all'inserimento ovvero alla modifica in automatico del numero di Partita I.V.A. in tutti gli archivi del Registro delle imprese; si inserirà la comunicazione dell'avvenuta registrazione e sarà tenuta memoria del dato modificato;
- nei casi di difformità tra i due archivi (codici fiscali errati, indirizzi non coincidenti, denominazioni diverse, Partita I.V.A. cessata) sarà inviata una lista di controllo a ciascun ufficio del Registro delle imprese, al fine di agevolare le ulteriori verifiche (ad esempio: contattare l'impresa per chiedere chiarimenti) e provvedere direttamente alla rettifica delle posizioni nel Registro delle imprese.

100be

OLEODINAMICA

OLEODINAMICA

2000 S.R.L.

- COSTRUZIONE DI IMPIANTI OLEODINAMICI
- REVISIONE E MONTAGGIO DI COMPONENTI OLEODINAMICI NEL SETTORE DELL'INDUSTRIA DELL'AGRICOLTURA MOVIMENTO TERRA E NAVALE
- ASSISTENZA E MANUTENZIONE PRESSO CANTIERE



VIA CADUTI DEL LAVORO, 3
48012 BAGNACAVALLO (RA)
TEL. 0545-936038-63549
FAX 0545-935322
info@oleodinamica2000.com



138be

ELENIC sas

VENDITA CAPANNONI AD USO ARTIGIANALE
OTTIME RIFINITURE - VARIE METRATURE

Via Classicana c/o nuovo parcheggio Il Fumista - Per informazioni 0544 405966 - 335 314243

2. Controllo e recupero codici fiscali

Anche nel caso dei codici fiscali risultano attualmente mancanti nel Registro delle imprese alcuni codici fiscali, ma il fenomeno in questo caso è assai più contenuto.

In particolare per le persone fisiche che ricoprono cariche sociali i codici fiscali mancanti sono pari al 2% del totale, cioè circa 276.000, numero destinato a ridursi se si escludono le imprese cessate, mentre i codici fiscali mancanti delle imprese sono poco più di 30.000, vale a dire lo 0,5% del totale.

Anche in questo caso è stata avviata una collaborazione con l'Agenzia delle Entrate la quale, sempre entro la fine di gennaio 2007, dovrebbe fornire i dati richiesti dal sistema camerale.

In tal caso, essendo il codice fiscale un'informazione assai più rilevante per la gestione del Registro delle imprese, si intende attribuire in ogni caso all'ufficio competente l'esecuzione della vera e propria rettifica.

3. Normalizzazione degli indirizzi e dei C.A.P.

È stato già avviato un progetto per il recupero e il controllo degli indirizzi delle sedi e delle unità locali, utilizzando a tal fine le informazioni in possesso dei fornitori di mappe GPS. L'attività si propone il fine di disporre dei nomi delle strade e dei codici di avviamento postale corretti e in modo uniforme fra loro evitando, così, che imprese operanti nella stessa via o piazza abbiano nel Registro un'indicazione toponomastica diversa fra loro. La modifica dell'indirizzo, ove diverso, sarà eseguita in automatico su tutte le Camere di commercio ed anche in questo caso sarà lasciata traccia della modifica eseguita dei dati. Qualora dovessero residuare dei casi che non si è stati in grado di normalizzare, ovvero con evidenti anomalie all'origine, le Camere di commercio riceveranno gli elenchi per la successiva verifica ed eventuale correzione del caso. Le attività di normalizzazione saranno avviate dal mese di febbraio 2007 e ciascun ufficio riceverà un'informativa dell'aggiornamento con il relativo calendario dell'intervento in corso.

Il completamento del progetto dovrebbe avvenire entro il 31 marzo 2007.

4. Posizioni del Registro ditte

Si ricorda che il Registro delle ditte è un registro non più attivo, poiché le posizioni regolari in esso contenute furono trasferite automaticamente (allora si definì "ribaltamento") nel Registro delle imprese, il giorno della sua costituzione (19.2.1996).

Attualmente sono presenti nel Registro delle ditte ancora 67.000 posizioni non cessate.

Si tratta di posizioni che in occasione dell'avvio del

Registro delle imprese non "migrarono" nel Registro stesso in quanto risultarono "irregolari" per motivi vari, ma che a tutt'oggi vengono purtroppo considerate in taluni prodotti statistici e in alcune elaborazioni, creando non poche difficoltà e imprecisioni. Si è dunque ritenuta necessaria una loro uscita definitiva

dagli archivi ufficiali delle Camere di commercio. Sarà comunque possibile consultare tali posizioni quali "posizioni Registro ditte cessate", nonché effettuare la loro modifica in caso di successiva eventuale necessità, solo attraverso l'Ufficio del Registro delle imprese.

5. Recupero addetti da archivi INPS

Già nel corso del mese di gennaio 2006 l'Unioncamere chiese ufficialmente all'INPS di fornire i dati aggiornati relativi agli addetti nelle imprese iscritte nel Registro e nei mesi estivi l'INPS ha consegnato l'aggiornamento dei dati richiesti.

Le informazioni provengono da archivi dell'Ente differenti fra loro: addetti delle imprese agricole, lavoratori dipendenti, lavoratori autonomi (artigiani e commercianti). Il dato oggi presente negli archivi camerali è fermo all'anno 2001, ultimo anno in cui il pagamento del diritto annuale avvenne tramite bollettino di conto corrente postale, nel quale veniva altresì fornito, facoltativamente e a soli fini statistici, il numero degli addetti. Oggi tale dato

non è più reperibile, poiché il pagamento del diritto annuale avviene tramite utilizzo del modello F24.

Sulla base dei dati ricevuti dall'INPS è possibile aggiornare il dato degli addetti sulle circa 3.200.000 imprese iscritte nel Registro. L'operazione di aggiornamento è attualmente in corso e dovrebbe concludersi entro la fine del mese di gennaio 2007.

L'avvio e la conclusione di tali operazioni dovrebbe già dare risultati positivi per quanto riguarda la qualità dei dati contenuti nel Registro delle imprese.

Il Gruppo di lavoro nazionale ha comunque pianificato ulteriori nuovi interventi anche nel corso dell'anno 2007, sempre nell'ottica del miglioramento e della maggior rispondenza delle informazioni contenute nel Registro alla reale situazione imprenditoriale.

Tutto il sistema camerale crede, infatti, in tale strumento informativo, da cui quotidianamente le imprese e istituzioni pubbliche traggono dati rilevanti per la propria attività.

* Conservatore del Registro delle Imprese di Ravenna

“
**Messi a punto
gli interventi
per migliorare
la qualità dei dati**
”



Piccole tradizioni di fine inverno

di ERALDO BALDINI*

Ll calendario rituale e tradizionale contadino, nella Romagna di un tempo, nella stagione invernale (quella meno densa di lavori agricoli) era fitto di ricorrenze piccole e grandi, tutte sentite come importanti perché, nella fredda stagione del vuoto vegetale, la tensione culturale verso la propiziazione del ritorno della bella stagione e dei raccolti era forte e necessaria. Finite le "grandi feste" del ciclo Natale-Capodanno-Epifania, apice del calendario liturgico cristiano oltre che determinante momento solstiziale che segnava il ritorno all'allungarsi dei giorni, archiviata l'attesa ricorrenza di Sant'Antonio Abate (17 gennaio), patrono degli animali e della famiglia rurale impegnata in quei giorni nella macellazione dei preziosi suini, l'attesa del Carnevale (ieri molto più denso di vitalità rispetto all'oggi) era caratterizzata da alcune giornate che, adesso quasi dimenticate nei loro contenuti, non mancavano di coinvolgere tutti.

Il 25 gennaio, ad esempio, era "San Paolo dei segni", cioè il giorno in cui i cosiddetti "presagi delle calende", quelli relativi all'andamento meteo-climatico (e non solo) dei dodici mesi venienti, tratti dall'osservazione delle condizioni del tempo nei primi e nei secondi dodici giorni dell'anno, trovavano una sintesi e una riprova. Dunque, se nel giorno della Conversione di San Paolo ci fossero stati tempo buono



“
L'attesa
del Carnevale,
i "presagi delle
calende”

”

e aria limpida, si sarebbe prospettata una buona annata, positiva in tutti i sensi. Se viceversa ci fossero stati nebbia o maltempo, si sarebbero pronosticati scarsità di raccolti e di derrate, e alta mortalità fra gli uomini e gli animali.

Veniamo al 2 febbraio, la Candelora, ricorrenza liturgica della Presentazione del Signore e della Purificazione di Maria. In quel giorno si distribuivano ai fedeli le candele, a cui il popolo attribuiva particolari poteri, destinandole a scongiurare i temporali e a consolare le agonie.

Le fiamme delle candele e di falò

che in diverse località romagnole si accendevano per la Candelora possono essere considerati riti e strumenti purificatori. Da questo giorno in avanti d'altronde i "riti del fuoco" si ripetevano (di sera) in più occasioni, attendendo e implorando la fine dell'inverno: dal 4 febbraio, giorno della Madonna del Fuoco, alla vigilia di Calendimazo, quando i falò illuminavano i campi, fino alla sera della vigilia di San Giuseppe, nell'equinozio di primavera.

Come abbiamo detto prima, la Candelora nel calendario liturgico è il giorno della Purificazione di Maria: ricordiamo che la cerimonia della purificazione di una puerpera avveniva, secondo antica consuetudine, quaranta giorni dopo il parto; e i giorni che vanno da Natale al 2 febbraio sono appunto quaranta. Ma il 25 dicembre era anche, anticamente, festa della "nascita del sole", del "parto cosmico"





legato al solstizio invernale, per cui è probabile che le celebrazioni e i riti di inizio febbraio, pure ripresi dal cristianesimo, risalgano ad epoca precristiana (ricordiamo ad esempio Imbolc, la grande festa celtica che avveniva il primo del mese, e che anche i Romani tenevano in questi giorni cerimonie espiatorie e purificatorie). Dunque un periodo celebrativo che si inserisce in ripetute scansioni di quaranta giorni dagli scopi, appunto, purificatori (quaresime, quarantene): quaranta giorni dal Natale alla Candelora, e di quaranta giorni (a volte ridotti a trenta) è, dopo la Candelora stessa, il periodo di tempo che da essa è influenzato, come ci dicono i proverbi, i quali asseriscono che se in quel giorno c'è il sole, ci attende ancora un lungo periodo di freddo e gelo.

Il 3 febbraio è il giorno di San Biagio, a cui ci si rivolgeva per proteggersi dal mal di gola: in alcune località venivano portati in chiesa, affinché fossero benedetti, dei piccoli pani o delle mele, cibi poi mangiati a scopo preventivo o conservati per essere assunti terapeutica-

“
San Biagio, il santo a cui ci si rivolgeva per proteggersi dal mal di gola
”

mente proprio contro tale patologia. A Faenza in questo giorno i bambini venivano portati alla chiesa del Suffragio per essere benedetti, sempre per essere protetti dal mal di gola; portavano in dono una candela al sacerdote.

Il 4 febbraio è poi, lo abbiamo già detto, il giorno della Madonna del Fuoco: nella sera della vigilia i contadini (soprattutto della zona forlivese) accendevano lumini sulle finestre e falò, oppure sparavano all'aria con i loro fucili da caccia. A questa Madonna erano particolarmente devoti i salinai di Cervia, che Le tributavano onori e offerte.

Il 14 febbraio, San Valentino, oggi da tutti conosciuto come festa degli innamorati, tra le classi popola-

ri di un tempo non godeva di tale prerogativa.

I contadini lo conoscevano solo perché ritenuto propizio per potare gli alberi da frutto, che così avrebbe prodotto abbondantemente.

Il Carnevale si avvicinava, e con esso la fine dell'inverno. Se oggi questa festa ha perso mordente, un tempo era a lungo attesa e fortemente celebrata; l'abbondanza alimentare, i festini, le mascherate, i balli, gli scherzi, le questue la caratterizzavano, insieme a riti di rinnovamento che dovevano passare attraverso una sorta di "espiazione" ed espulsione dei mali: pensiamo ai "testamenti" con cui venivano rese pubbliche le magagne più private dei membri delle comunità, e ai roghi in cui, col fantoccio di Carnevale, si bruciava quanto di negativo avevano portato con sé il tempo passato e l'inverno.

Dopo la lunga e magra quaresima sarebbe tornata la primavera, sarebbe rifiorita la natura, si sarebbe manifestata la promessa dei nuovi raccolti.

* Scrittore

Cultura popolare e dialetto

di ERALDO BALDINI*

Giuseppe Gaspare Bagli
Proverbi, usi, pregiudizi, canti, novelle e fiabe popolari in Romagna a cura di G. Bellosi, Imola, La Mandragora, 2006.

Il quinto volume della collana "Tradizioni popolari e dialetti di Romagna" dell'Associazione "Istituto Friedrich Shür" contiene la ristampa degli scritti folklorici di Giuseppe Gaspare Bagli, pubblicati originariamente tra il 1884 e il 1895. La puntuale e dotta prefazione di Giuseppe Bellosi, insieme con un esauriente saggio di Angelo Fabi, consentono di inquadrare nel giusto contesto storico-culturale e di apprezzare appieno i lavori dello studioso cesenate amico del Pascoli che propose, fra i primi, trattazioni organiche relative alla nostra cultura popolare e al nostro dialetto, provvedendo all'acquisizione sul campo delle informazioni

Bagli, nei testi qui riproposti, non solo opera una raccolta di usi, costumi, superstizioni, fiabe e novelle, canti, proverbi, indovinelli, modi di dire, giochi infantili, ma affronta (già prima della fine dell'Ottocento) importanti temi linguistici e filologici, ponendosi il problema della rapida perdita e italianizzazione dei testi orali, in primo luogo i canti popolari, e quello della difficoltà insita nella definizione di una grammatica e di una grafia romagnole.

Le zone della Romagna in cui andò raccogliendo le testimonianze della vita tradizionale in tutte le sue manifestazioni sono quelle di Rimini, Cesena, Imola e i loro rispettivi dintorni, senza trascurare poi il Lugghese.

Le sue osservazioni sono il frutto di annotazioni più o meno occasionali più che di battute programmate

e sistematiche, comunque abbastanza frequenti e capillari a giudicare dalla mole dei materiali raccolti; il risultato è di grande levatura ed importanza e supera i livelli "pionieristici" dei protofolkloristi romagnoli quali Giovanni Battarra e Michele Placucci.

Si può dunque ragionevolmente affermare

che Giuseppe Gaspare Bagli fu il primo in ordine di tempo, nella nostra terra, ad avere la vocazione e la preparazione del folklorista moderno; e quando si dedicò alla pubblicazione di documenti per ausilio alla storiografia, diede contributi validissimi: dunque, uno studioso operoso e serio, alla cui attività era sotteso, senza alcun dubbio, un amore tenace per la Romagna e per la sua gente.

Se i due principali testi presenti in questo volume, cioè il Saggio di studi su i proverbi, i pregiudizi e la poesia popolare in Romagna e il Nuovo saggio... ecc. erano già abbastanza noti perché ripubblicati anastaticamente anni fa dall'editore Forni di Sala Bolognese, gli altri erano di più difficile accesso e la loro ripubblicazione costituisce dunque un nuovo, valido strumento di conoscenza e di studio per i lettori e gli specialisti del settore.

* Scrittore



Eraldo Baldini

IL CREDITO FA CRESCERE LE AZIENDE
Liberiamo risorse e valorizziamo energie. Sosteniamo la crescita dell'economia e del territorio. Diamo fiducia agli imprenditori. Perché la fiducia è il nostro investimento più importante.

Chi fa impresa merita fiducia

BANCA POPOLARE DI RAVENNA
GRUPPO BANCARIO, SECCIONE BANCHE REGIONALI

164be



Marketing ed eventi nel 2007

SYSTEMA

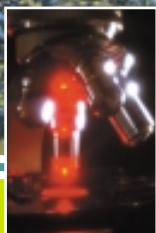
bollettino
ECONOMICO

ANNO LXI > N. 6 > Dicembre 2006
Rivista bimestrale della Camera di Commercio
industria artigianato e agricoltura di Ravenna

Poste Italiane S.p.A. Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Ravenna
In caso di mancato recapito si prega di restituire a Ravenna cpo per inoltrare al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa.

Eurosportello, le iniziative del 2007

Nautica, agroalimentare
e impiantistica sono
i principali progetti



**RICERCA E
SVILUPPO, AL VIA
IL BANDO UE**



**ESTERO,
SCOMMETTERE
SULL'INDIA**



**SICUREZZA
ALIMENTARE,
LE LINEE DELLA UE**



**TURISMO,
IL MARKETING
NEL 2007**



APPROFONDIMENTI
**2007: il credito
sarà più rosa?**

Marketing, restyling dei lidi, applicazione della rivisitata legge regionale numero 7, nuovi eventi. Sono tanti i temi sui quali sta lavorando Andrea Corsini, assessore al Turismo del Comune di Ravenna e presidente dell'Unione di prodotto costa.

Corsini, partiamo da Ravenna. Come sta preparando la prossima stagione turistica?

"Per la promozione stiamo lavorando con Apt e Unione di prodotto delle Città d'arte con alcune iniziative mirate sui mercati esteri, in particolare Germania e Francia. Come Unione delle Città d'arte siamo anche impegnati sul mercato americano, valorizzando le opportunità offerte dal volo Bologna-New York. Molto importanti saranno i rapporti che intendiamo instaurare con l'aeroporto di Forlì. Il Comune è entrato a far parte del CdA della società di promozione dello scalo e confido che anche i privati ravennati possano entrare nell'azionariato per contrattare direttamente i pacchetti con le compagnie aeree.

Sempre per quanto riguarda il marketing, puntiamo alla promozione dei nostri nove lidi nel loro insieme, una sorta di Club del Mare. Vi sono poi alcuni eventi che caratterizzeranno i prossimi mesi. Penso all'inaugurazione di Marinara, non più solo con i posti barca, ma anche con negozi, appartamenti, parcheggi. In questo ambito portuale verranno organizzati anche alcuni spettacoli di Ravenna Festival.

Un contributo ulteriore a consolidare un'immagine di Marina di Ravenna che non è solo quella degli happy hour, ma di una località sempre più richiesta. Accanto a Ravenna Festival abbiamo Dante 09: in entrambi i casi, auspico che vi sia anche una visione turistica degli eventi, ovvero che vengano predisposti dei

pacchetti da offrire sul mercato turistico. Infine, il restyling di alcuni lidi: penso a Lido di Dante e a Lido Adriano, località che verranno ulteriormente qualificate".

Iniziativa in collaborazione con la Provincia?

"Credo molto nel dialogo con la Provincia, soprattutto oggi che è in discussione una rivisitazione della legge regionale numero 7 con l'introduzione dei 'sistemi turistici locali'. Le province di Ravenna, Ferrara e Forlì-Cesena possono offrire, se collaborano tra di loro, una proposta turistica che va dal mare alle foreste casentinesi, dall'enogastronomia alle terme all'arte. Inoltre, Ravenna, Cervia e Cesenatico, complessivamente offrono una massa critica di posti letto importante per competere sui mercati più interessanti".

In tutta questa attività come si inserisce l'Unione di prodotto costa?

"Puntiamo alle fiere tematiche. Gli eventi generalisti sono per noi sempre meno interessanti. Tra l'altro, proprio nelle fiere tematiche abbiamo posizioni di leadership, pensiamo ai parchi, ad esempio, o al cicloturismo. Si tratta di ambiti turistici che ci aiutano a destagionalizzare l'offerta. Stiamo ripetendo la promozione nei grandi centri commerciali e abbiamo promosso serate tematiche presso Cral e importanti aggregazioni turistiche. Per il primo anno ci siamo spostati anche al sud e non più solo nel centro e nord Italia. Con Apt e Regione stiamo realizzando uno spot di promozione dei parchi tematici, che introdurrà la stagione turistica 2007. Per la prima volta ci doteremo anche di uno strumento di rilevazione dell'efficacia delle nostre azioni promo-commerciali per pianificare con la dovuta precisione le nostre attività".

96 be

Sede legale ed Amministrativa:
Via R. Jacchia n° 2 - 48022 LUIGO (RA)
Tel. 0545 281990 - Fax 0545 900234
www.ttecnologica.com
ttecnologica@ttecnologica.com

T.L. TECNOLOGICA

PROGETTAZIONE E COSTRUZIONE STAMPI
STAMPAGGIO MATERIE PLASTICHE E GOMME

EVGI SINCERT
ISO 9001 : 2000
SISTEMA QUALITA' CERTIFICATO