

bollettino  
ECONOMICO

# SYSTEMA



Camera di Commercio  
Ravenna

ANNO 5 > N. 1 > MARZO 09 > TRIMESTRALE

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.



## Investimenti anticrisi

Varato il Documento Unico  
di Programmazione:  
attiverà un giro d'affari  
tra i 120 e 150 milioni di euro

Nella foto: l'area ex-Sarom  
dopo i primi interventi di bonifica



**APPROFONDIMENTI:**  
speciale OMC 2009

IL BILANCIO  
SOCIALE  
DELLA CAMERA

NAUTICAMED  
WORLD 2009  
PRONTA AL VIA

FONDAZIONE CASSA  
E BANCA DEL  
MONTE DI LUGO

PEDALANDO  
TRA I SAPORI  
DI ROMAGNA

# L'ENERGIA PIU' POTENTE E' LA NATURA



PROGETTAZIONE  
REALIZZAZIONE E  
GESTIONE DI

ENERGIE PULITE  
& RINNOVABILI

EOLICO  
IDROELETTRICO  
SOLARE



Camera di Commercio  
Ravenna

puoi trovare **Systema** anche  
on line su [www.ra.camcom.it](http://www.ra.camcom.it)



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

- firma digitale, carta nazionale dei servizi (C.N.S.), Business Key (B.K.)
- Legalmail (la posta elettronica certificata con valore legale)
- registro imprese on line (Telemaco)
- arbitrato e conciliazione

# SYSTEMA

bollettino  
ECONOMICO

Periodico trimestrale della Camera di Commercio,  
Industria, Artigianato e Agricoltura di Ravenna  
Anno LXIV numero 1 marzo 2009

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 7.000 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, Fabiola Licastro,

Laura Lizzani, Giovanni Casadei Monti,

Paola Morigi, Barbara Naldini,

Maria Cristina Venturrelli, Danilo Zoli

Segreteria di redazione

Alessandra Del Sordo

Tel. 0544 481404 Fax 0544 481407

[alessandra.del.sordo@ra.camcom.it](mailto:alessandra.del.sordo@ra.camcom.it)

Hanno collaborato a questo numero:

Giovanni Casadio, Licia Chierici,

Pina Macri, Alessandra Roberti

Foto

Camera di Commercio di Ravenna,

Giampiero Corelli,

Unione Prodotto Costa, Fabrizio Zani

Coordinamento redazionale

Mistral Comunicazione Globale sas

di Venturrelli M. Vittoria e C.

Progetto grafico

Tuttifrutti - Ravenna

Impaginazione e fotoritocco

Full Print - Ravenna

Pubblicità

**PUBLIMEDIA**  
I T A L I A

P.zza Bernini 6 - Ravenna

Tel. 0544 511311 Fax 0544 511555

[info@publimediaitalia.com](mailto:info@publimediaitalia.com)

[www.publimediaitalia.com](http://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](http://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](mailto:studi@ra.camcom.it)

# UN **GRAZIE** ANTICIPATO DA TUTTI QUESTI BAMBINI



Da sempre il **Lions Club** opera per aiutare i meno fortunati: bambini dei paesi del terzo mondo, disabili... Tanti progetti di solidarietà realizzati e tanti che prenderanno vita.

Oggi puoi contribuire anche Tu a migliorare la vita di chi ha davvero bisogno:

▶ **non ti costerà nulla**

Quando compilerai la dichiarazione dei redditi dovrai solo destinare il 5 per mille alla Fondazione Lions Club. Basta una semplice firma e indicare il codice fiscale qui sotto:

▶ **92041830396**



Lions Club  
Romagna Padusa

**730**

MODELLO 730-1bis  
redditi 2005

Sostegno del volontariato, delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale, delle associazioni e fondazioni

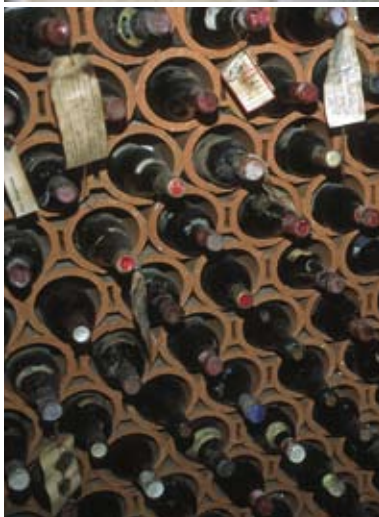
FIRMA - *Giorgio Bianchi* -

Codice fiscale del beneficiario (eventuale) **92041830396**



FONDAZIONE LIONS CLUBS per la solidarietà

[www.fondazioneions.org](http://www.fondazioneions.org)



## MARZO 2009

- > 5 < **EDITORIALE**  
Il futuro: investimenti e ricerca **DI GIANFRANCO BESSI**
- > 8 < **ECONOMIA**  
Investimenti per 150 milioni
- > 11 < **ENTE CAMERALE**  
Il Bilancio Sociale dà valore **DI LAURA LIZZANI**
- > 15 < **SERVIZI**  
"Uniamo le eccellenze" **DI BARBARA NALDINI E ALESSANDRA ROBERTI**
- > 18 < **INTERNAZIONALIZZAZIONE**  
Deliziando, il sapore incontra il business  
**DI GIOVANNI CASADEI MONTI**
- > 19 < NauticaMed 2009 **DI PINA MACRÌ**
-  **APPROFONDIMENTI**  
Speciale OMC 2009
- > 30 < **TURISMO**  
Obiettivo: destagionalizzare **DI MARIA ELISABETTA GHISELLI**
- > 33 < **FONDAZIONI BANCARIE**  
Oltre 1,7 milioni di euro a sostegno del Lughese
- > 36 < **I NOSTRI VINI**  
I problemi del Sangiovese di Romagna  
**DI GIOVANNI CASADIO**
- > 42 < **VACANZA ATTIVA**  
Pedalando tra i sapori della nostra terra  
**DI BARBARA NALDINI**
- > 46 < **L'ANGOLO DI ARCHIMEDE**  
Brevetti e registrazioni, quante curiosità  
**DI FABIOLA LICASTRO E LICIA CHERICI**

# La più Grande Festa della Romagna

(già Festa Provinciale de l'Unità)

a  
Ravenna  
la  
grande  
festa  
2009

La più grande Fiera della Romagna si svolge su 50.000 Mq. di superficie

**UNA CERTEZZA D'INVESTIMENTO**



**28 agosto • 14 settembre 2009 • Area Pala De André**

## PRENOTARE ADESSO CONVIENE!



- una grande FIERA
- tanti RISTORANTI
- tanto DIVERTIMENTO...
- una grande PIAZZA
- tanti SPETTACOLI
- ma soprattutto... tanti AFFARI!!!

**Per questo la grande FESTA  
è una grande OCCASIONE da non perdere!**

**FATTI CONOSCERE DA PIÙ DI 1.000.000 DI VISITATORI**  
in 18 sere di divertimento (con una media di 5 spettacoli per sera).

Se prenoti subito, avrai l'opportunità di scegliere prima lo spazio migliore per i tuoi Prodotti, per i tuoi Servizi, per la tua Azienda.

### PRENOTA ADESSO IL TUO SPAZIO

Stand Espositivi - Spazi Open - Cartellonistica - ADV

**...una grande FESTA, una grande FIERA,  
un'ottima OPPORTUNITÀ per un grande INVESTIMENTO!**

**PUBLIMEDIA**  
ITALIA

CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ

Tel. 0544.511311 Fax 0544.511555  
info@publimediaitalia.com



## IL FUTURO: INVESTIMENTI E RICERCA DI GIANFRANCO BESSI

**V**i è un segnale importante che viene dall'edizione appena conclusa di Offshore Mediterranean Conference.

E non è solo un segnale di speranza, è un segnale concreto di come il settore energetico sia attento a ogni minimo spostamento del mercato per ripartire con gli investimenti. Si spiegano solo così i numeri straordinari registrati in termini di visitatori, ma anche di contatti per business avviati dalle imprese presenti al Pala De Andrè.

Il settore dell'energia è strategico: nel dettaglio, diventa ancor più strategico avere materia prima (idrocarburi) e reti infrastrutturali per trasferire gas e petrolio dai Paesi produttori a quelli consumatori. Il Mediterraneo, da questo punto di vista, gioca un ruolo determinante, e l'Italia può benissimo diventare un hub per queste reti.

Ancor più nel dettaglio, possiamo dire che la stessa Ravenna può giocare un ruolo strategico, facendo leva su due condizioni ottimali: la presenza del più importante distretto italiano di Eni e un sistema di imprese che operano nell'offshore in tutti i mercati internazionali.

Perdere questa occasione sarebbe imperdonabile.

Lo slogan *Ravenna Città dell'Energia* va riempito di contenuti. Il pro-

getto Alto Adriatico può essere uno di questi, in attesa che il dibattito in corso sulla realizzazione del rigassificatore porti a un 'sì' o un 'no'.

In questo contesto si inserisce il Tecnopolo dell'Energia, che sosteniamo con tutte le nostre forze per le competenze specifiche e i progetti concreti che abbiamo messo in campo.

Investimenti & Ricerca è il binomio in grado di rilanciare la città. Per questo, allo stesso modo, ritengo di fondamentale importanza, per lo sviluppo futuro del territorio provinciale, la condivisione del documento unico di programmazione regionale.

Il piano, che è stato messo a punto con un intenso lavoro da parte di Istituzioni locali, associazioni di categoria e forze sociali, sarà in grado di favorire investimenti per 120-150 milioni di euro.

I settori di intervento sono molteplici e vanno da un forte impulso all'innovazione e alla ricerca, alle infrastrutture locali, al turismo, alla qualificazione dei centri storici ravennati.

Mi piace sottolineare come questo piano di investimenti sia stato messo a punto nell'arco di pochi mesi.

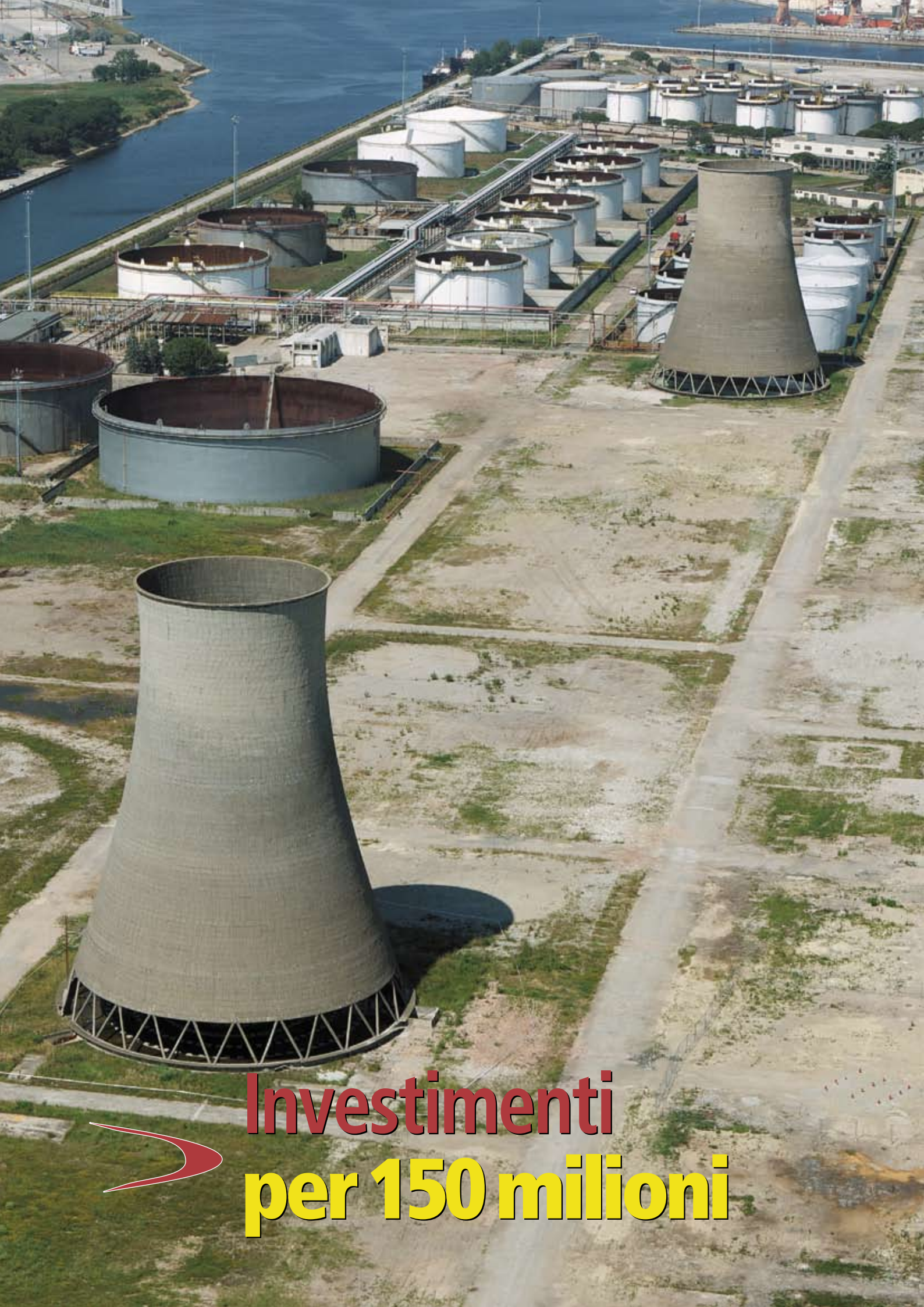
È la risposta più immediata che potevamo dare alla crisi scoppiata

alla fine del settembre scorso.

Ma è anche una pianificazione dello sviluppo, che caratterizzerà il territorio della provincia di Ravenna nei prossimi anni.

Gianfranco Bessi, Presidente della Camera di commercio di Ravenna





**Investimenti**  
**per 150 milioni**



**È** stato avviato anche a Ravenna il percorso che porterà alla sottoscrizione dell'Intesa provinciale sul 'DUP', il Documento Unico di Programmazione, che contiene il quadro generale degli investimenti infrastrutturali rivolti all'innovazione nei settori dell'ambiente, della mobilità sostenibile, della innovazione e della ricerca industriale. "Dobbiamo correre, ma stando attenti a fare le cose giuste. Non possiamo permetterci di sbagliare, perché la situazione economica e sociale non lo consente. Possiamo realizzare velocemente interventi - ha sottolineato il sottosegretario alla Presidenza della Regione Emilia Romagna Alfredo Bertelli, durante la presentazione del documento alla riunione del Tavolo per l'Economia convocato da Provincia e Camera di Commercio - con un dotazione di risorse straordinarie, ben superiori a quelle assegnate alla Regione in passato. Il DUP regionale è uno degli importanti strumenti anticrisi messi in campo dall'amministrazione regionale".

Il DUP, considerando anche le risorse che saranno attivate da parte degli Enti locali e dei privati, potrà contare in tutto il territorio emiliano romagnolo, fino al 2015, su circa 3 miliardi di euro, di cui 1,5 di Fondi comunitari e regionali.

Le priorità per Ravenna convergeranno nella realizzazione della rete regionale dei tecnopoli dell'innovazione e della ricerca. Per quanto riguarda la mobilità si confermano la priorità per le grandi opere di interesse nazionale: la E55, investimenti portuali, sistema veloce costiero da Cattolica a Ravenna, SS16, Nuova S. Vitale, Circonvallazione di Castelbolognese (e suo collegamento con via Lughese e scalo merci) e realizzazione del nuovo casello autostradale sulla A14 Solarolo - Castelbolognese - collina faentina.

Per il sistema formativo e per il lavoro sono attribuiti alla Provincia di Ravenna (per il triennio 2007-2009) 3,4 milioni di euro per azioni formative. Riguardo al tema ambiente e risorse naturali, la Provincia ha candidato il recupero funzionale, la bonifica e la reindustrializzazione di aree indu-

striali ad alto potenziale di sviluppo settoriale (ex Sarom). Prevista anche la realizzazione di impianti di affinamento e trattamento dell'acqua.

Ammontano a quasi 14 milioni di euro gli interventi per la valorizzazione dei beni culturali e ambientali per sviluppo turistico e commerciale. A Ravenna è previsto un intervento per la realizzazione del Museo di Classe e di percorsi storici con un investimento complessivo di 5,2 milioni di euro.

Tra gli altri interventi più importanti: il recupero e il restauro a fini espositivi e museali della Rocca Estense di Lugo (1.095.000 euro); la valorizzazione e il miglioramento dell'accessibilità della Piazza mercato di Faenza (2.147.803 euro); la creazione di centri visita, aree attrezzate e sedi didattiche nel Parco regionale Vena del Gesso (1.900.000 euro); la realizzazione di percorsi naturalistico ambientali nella Pineta di Classe e Saline di Cervia (1.600.000 euro) e, presso il Comune di Cervia, il ripristino percorsi storici (1.900.000 euro).

Grazie a risorse regionali e Fondi Fas (8,4 milioni di euro), saranno cofinanziati interventi realizzati dai Comuni per un ammontare complessivo di 14 milioni di euro. Infine per interventi di qualificazione urbana saranno investiti, a Ravenna e Faenza, oltre 11,5 milioni di euro.

"Il via libera al Documento Unico di Programmazione - commenta il presidente della Camera di commercio, Gianfranco Bessi - rappresenta un punto di partenza di assoluto rilievo per avviare concretamente lo sviluppo futuro della nostra provincia. Il DUP punta su un interventi precisi mirati all'innovazione, alla qualificazione del territorio, alla predisposizione di interventi in grado di avviare nuove attività produttive.

Complessivamente il piano che abbiamo messo a punto con la Regione e con il concorso delle Istituzioni, delle associazioni di categoria e delle rappresentanze sociali, è in grado di favorire investimenti

“  
**Predisposto  
il Documento  
Unico di  
Programmazione  
economica**  
”





## Holiday Inn

### Holiday Inn Ravenna

INFO: tel +39.0544.455902 fax +39.0544.456446

mail: [booking@hiravenna.it](mailto:booking@hiravenna.it)

124 Camere

Centro Congressi con 5 sale Meeting capienza 350 posti, Executive Boardroom.

Ristorante "Nonna Zina", Lounge bar

Centro Benessere

Ampio Parcheggio gratuito, Garage

Connessione internet 24h gratuita



GLI ALTRI NOSTRI ALBERGHI:



**Hotel Villa Pigna**  
Ascoli Piceno

Tel. 0736.491868 Fax. 0736.390653  
email: [sales@hotelvillapigna.it](mailto:sales@hotelvillapigna.it)



**Hotel Mediterraneo Palace**  
Ragusa

Tel. 0932.621944 Fax. 0932.623799  
email: [info@mediterraneopalace.it](mailto:info@mediterraneopalace.it)



**Hotel Helios Palace**  
Siracusa

Tel. 0932.621944 Fax. 0932.623799  
email: [info@mediterraneopalace.it](mailto:info@mediterraneopalace.it)



Faenza, centro storico

➤ che oscillano tra i 120 e i 150 milioni di euro.

Si tratta di investimenti diffusi su tutto il territorio provinciale, sulla base delle priorità che in questi mesi abbiamo elaborato. Sottolineo il coinvolgimento dei tre Comprensori principali per quanto riguarda l'individuazione delle sedi del Tecnopolo: Ravenna per Energia, Nautica e Restauro; Faenza per i Nuovi Materiali; la Bassa Romagna come sede per l'innovazione connessa con le altre sedi del Tecnopolo.

Credo che questa sia la migliore risposta alla domanda di interventi chiari e immediati venuta dal sistema produttivo e dai nostri territori in generale fin dall'inizio della crisi economica".

"Il Tavolo delle Associazioni imprenditoriali ritiene condivisibile il Documento predisposto dalla

Provincia, sia per quanto riguarda le strategie e le priorità in esso definite, sia per l'entità delle risorse sulle quali la provincia di Ravenna si candida a livello regionale". Si è espresso così Raffaele Gordini, coordinatore del "Tavolo".

"Dato il tempo di crisi vi è grande aspettativa da parte delle imprese e diviene oggi determinante - ha aggiunto Gordini - dopo la programmazione, la tempistica sulla cantierabilità degli stessi interventi. Ci aspettiamo al proposito che, terminato rapidamente il percorso di approvazione del DUP, i cantieri possano avviarsi rapidamente nella fase esecutiva".

Per questo motivo gli imprenditori sollecitano gli Enti locali a far sì che i successivi percorsi autorizzativi delle opere possano avere tempi i più rapidi possibile, e che - nel rispetto della legge - si possano prevedere tutte le forme di intervento che consentano di mantenere valore sul territori.

“  
**Risorse ingenti destinate alla riqualificazione dei centri storici e delle località turistiche**  
”

357be

**Conto Workingteam**  
l'obiettivo ci unisce

**CONTO workingteam**  
sinergie per l'impresa

Il conto corrente che lavora in sintonia con la tua azienda e che ti offre esclusivi servizi bancari e molteplici agevolazioni.

**BANCA POPOLARE DI RAVENNA**  
Credito Cooperativo - Banca Popolare dell'Emilia Romagna

www.bpr.it

La banca per l'impresa

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Per tutte le condizioni contrattuali e servizi ai fini informativi a disposizione della clientela presso ogni filiale della Banca e sul sito web [www.bpr.it](http://www.bpr.it)

nuovo, veloce, on-line  
è  
velo **a**nnuncio.it

il portale più ricco e facile da usare per i vostri annunci:  
casa, auto, affari, lavoro, turismo, viaggi, tempo libero, incontri  
e ancora fotoannunci, negozi on-line e la novità dei videoannunci

affare visto, affare fatto

# Il Bilancio Sociale dà valore

di LAURA LIZZANI\*



**I**l “Bilancio Sociale del sistema camerale dell’Emilia-Romagna 2007” è il risultato di un progetto promosso dall’Unioncamere regionale insieme alle nove Camere di commercio dell’Emilia-Romagna. Il Gruppo di lavoro, coordinato dal Segretario generale dell’Unioncamere Emilia-Romagna, Ugo Girardi, e dal Segretario generale della Camera di Ravenna, Paola Morigi, con il supporto scientifico della società Telos Consulting, ha collaborato al fine di rappresentare il Valore Aggiunto creato e distribuito nel si-

stema economico regionale. Tale valore è stato analizzato sotto il profilo economico, ovvero calcolando l’ammontare delle risorse disponibili da parte del sistema camerale ed impiegate per le principali attività istituzionali a vantaggio degli stakeholders che compongono il tessuto economico regionale. Si è proceduto attraverso un’aggregazione dei bilanci delle nove Camere di commercio, delle loro Aziende speciali e dell’Unione regionale, riclassificando gli interventi a seconda della destinazione

“

**È il risultato di un progetto promosso da Unioncamere regionale insieme alle nove Camere di commercio dell’Emilia-Romagna**

”

o della tipologia di intervento. La finalità di questa pubblicazione è di elevare la trasparenza di informazioni e dati sugli interventi effettuati e sui servizi offerti e di favorire la confrontabilità e la misurazione dei risultati in termini qualitativi e quantitativi.

**La misurazione dell’impatto sociale: il Valore Aggiunto**

L’analisi ha come oggetto la rappresentazione delle modalità di creazione e di distribuzione del valore economico da parte del sistema camerale regionale nei confronti dei propri stakeholders, inteso, secondo una lettura economico-aziendale, in un primo momento come la “differenza” tra il valore “attratto” dall’esterno per lo svolgimento della propria attività e i costi esterni sostenuti per l’acquisto dei fattori produttivi necessari per il funzionamento della struttura stessa e successivamente come aggregazione dei costi esterni sostenuti per l’acquisizione di beni e servizi e per la realizzazione delle finalità istituzionali.

Il Valore Aggiunto esprime il maggior valore che le strutture camerali determinano realizzando i propri programmi annuali di attività, e in qualche modo allude al livello

Porto Intermodale Ravenna S.p.a.

**SAPIR**

80bc

*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.*

*Via Darsena S. Vitale, 121  
48100 RAVENNA  
Tel. 0544 289711  
Fax 0544 289901  
e-mail: segreteria@sapir.it  
internet: www.sapir.it*

237be



**METALTECNIC**

A. TURRINI ANDREA

**CARPENTERIA  
MECCANICA  
SATINATURA - LUCIDATURA  
INOX - ALLUMINIO TITANIO  
SALDATURA IN ATMOSFERA  
CONTROLLATA**

**Via dell’Industria, 84  
48014 Castel Bolognese (Ra)  
Tel. 0546 656118  
Fax 0546 657016  
Cell. 338-2827091  
e-mail: metaltecnica@libero.it**

di efficienza raggiunto, mentre la distribuzione di tale ricchezza agli stakeholder può essere evidenziata attraverso un indicatore quantitativo dell'impatto sociale, corrispondente all'apporto economico dell'ente ai soggetti beneficiari, consentendo quindi la verifica della reale portata della responsabilità sociale assunta.

**Il Valore Aggiunto Sociale consolidato creato dal sistema camerale**

Il Valore Aggiunto Sociale creato dal sistema camerale rappresenta la ricchezza complessivamente prodotta nei confronti dei portatori di interesse attraverso lo svolgimento delle attività camerali. Al fine di giungere alla rappresentazione unitaria del valore economico prodotto e distribuito dal sistema camerale regionale si è effettuato il consolidamento dei conti dei singoli soggetti facenti parte del gruppo, mediante opportune elisioni di poste contabili legate a rapporti "infragrupo".

Nello specifico sono stati analizzati, riclassificati e sottoposti ad un processo di consolidamento i conti consuntivi relativi all'esercizio 2007 delle nove Camere di commercio, delle cinque Aziende Speciali e dell'Unione Regionale.

Nella tabella i risultati del processo descritto.

**Il Valore Aggiunto Sociale consolidato distribuito dal sistema camerale**

Il Valore Aggiunto Sociale distribuito evidenzia come la ricchezza economica creata dall'attività e dagli interventi realizzati nel 2007 dalla rete camerale dell'Emilia-Romagna, intesa come soggetto uni-

“

**L'84,5% del valore generato dall'attività camerale torna al tessuto economico.**

**La distribuzione alle imprese**

”

tario, venga ripartita fra i differenti portatori di interesse.

In relazione alla tipicità delle attività svolte dal soggetto camerale, sono state schematicamente individuate, senza pretesa di esaustività, alcune tipologie di stakeholders, tenendo presente che soltanto la prima è da

considerare nella sostanza destinataria del valore aggiunto, da intendere come "ritorno" delle risorse in entrata che affluiscono attraverso il diritto annuale:

- *Tessuto Economico Regionale*, costituito dal sistema delle imprese operanti sul territorio regionale, che costituisce a tutti gli effetti il destinatario privilegiato dell'attività camerale;
- *Enti Creditizi*, ossia i soggetti nei confronti dei quali il sistema camerale regionale ha aperto linee di credito e finanziamento;
- *Pubblica Amministrazione*, cioè il soggetto con il quale il sistema camerale regionale viene interessato da relazioni di natura fiscale e tributaria.

A queste si affianca una quarta categoria, nella quale confluiscono le "Risorse per interventi a medio termine". Con tale dizione si indica in modo generico il volume di finanziamenti che in futuro potranno essere destinati ai portatori di interesse attraverso interventi temporaneamente differiti del sistema camerale. In questa categoria sono, in altre parole, quantificate le risorse destinate alla realizzazione di interventi da attuarsi nel medio termine, previsti nei programmi pluriennali

**IL VALORE AGGIUNTO SOCIALE CREATO DAL SISTEMA CAMERALE REGIONALE**

<b>Valore della produzione</b>	<b>113.190.719</b>
Ricavi del Diritto annuale	75.416.117
Ricavi da Diritti di segreteria	24.252.611
Contributi trasferimenti e altre entrate	5.672.986
Ricavi dalle vendite e dalle prestazioni	4.774.063
Altri ricavi e proventi	3.036.359
Variazione delle rimanenze	38.582
<b>Costi di struttura</b>	<b>23.791.618</b>
Organi istituzionali	1.781.722
Costi del personale (funzioni istituzionali a e b)	14.987.011
Costi di funzionamento (funzioni istituzionali a e b)	7.022.885
<b>Valore aggiunto caratteristico lordo</b>	<b>89.399.101</b>
<b>Componenti accessori e straordinari</b>	<b>3.309.759</b>
<b>+/- Saldo gestione accessoria</b>	<b>1.334.632</b>
Ricavi accessori (rivalutazioni di attività finanziarie, proventi da partecipazioni, altri proventi finanziari, altri ricavi e proventi)	4.633.916
Costi accessori (svalutazioni di attività finanziarie)	3.299.284
<b>+/- Saldo componenti straordinari</b>	<b>1.975.127</b>
Ricavi straordinari	2.557.044
Costi straordinari	581.918
<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>92.708.859</b>

Fonte: riclassificazione dati contabili 2007

delle strutture camerali. Dall'analisi della distribuzione del Valore Economico generato dall'attività camerale su scala regionale emerge che più dei quattro quinti del valore creato (ben l'84,5%) viene distribuito a favore del tessuto economico, ossia "ritorna" al sistema delle imprese, destinatario principale dell'attività camerale. Il valore economico di cui sopra viene distribuito alle imprese sia mediante l'attività direttamente espletata dalle Camere di Commercio, sia mediante le iniziative poste in essere da parte delle Aziende Speciali e

dell'Unioncamere, che assolve una funzione di coordinamento e di individuazione di obiettivi e servizi comuni su scala regionale. Il dato riflette chiaramente la "missione" e la ragion d'essere dell'ente camerale: offrire un servizio per elevare la competitività del sistema delle imprese e, più in generale, per promuovere lo sviluppo delle economie locali. Circa il 12% del valore creato costituisce una sorta di "salvadanaio" da destinarsi ai singoli portatori di interesse, mediante interventi che troveranno la propria realizzazione con la programmazione a medio

termine. Il restante 4% viene ad essere distribuito in misura del:

- 3% circa alla Pubblica Amministrazione come imposizione fiscale corrisposta alla stessa;
- 1% per il pagamento di oneri finanziari, evidenziando un ricorso estremamente esiguo a linee di credito ed a fonti di finanziamento esterno, a conferma di una rilevante autonomia del sistema nel reperimento delle risorse per la creazione di valore per il territorio di riferimento.

Con specifico riferimento alla fetta di Valore Sociale Consolidato distribuito al tessuto economico regionale emerge che:

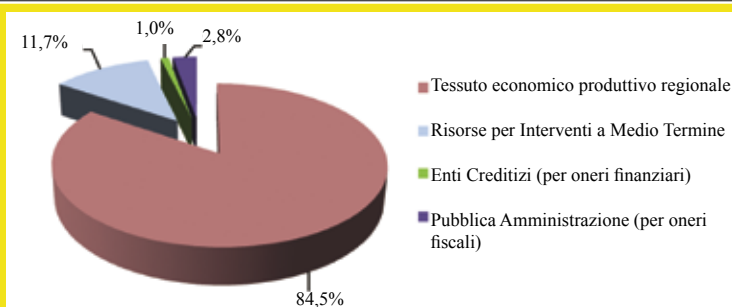
- il 60% viene ad essere distribuito mediante lo svolgimento di attività finalizzate al monitoraggio, alla promozione e allo sviluppo dell'economia);
- il 23% mediante l'esercizio di attività volte alla certificazione ed alla semplificazione amministrativa;
- il restante 17% tramite le attività di regolazione del mercato e tutela dei consumatori.

## IL VALORE AGGIUNTO SOCIALE DISTRIBUITO DAL SISTEMA

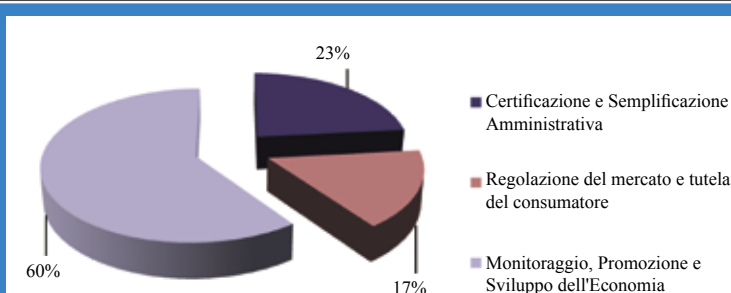
<b>Tessuto economico regionale</b>	<b>78.364.734,05</b>
<i>Certificazione e Semplificazione Amministrativa</i>	18.318.711,17
<i>Regolazione del mercato e tutela del consumatore</i>	12.947.544,42
<i>Monitoraggio, Promozione e Sviluppo dell'Economia</i>	47.098.478,45
<b>Risorse per Interventi a Medio Termine</b>	<b>10.836.879,10</b>
<b>Enti Creditizi (per oneri finanziari)</b>	<b>902.863,06</b>
<b>Pubblica Amministrazione (per oneri fiscali)</b>	<b>2.604.386,08</b>
<b>Valore Aggiunto Globale Lordo</b>	<b>92.708.859</b>

Fonte: riclassificazione dati contabili 2007

## LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO SOCIALE



## LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO SOCIALE NEL TESSUTO ECONOMICO

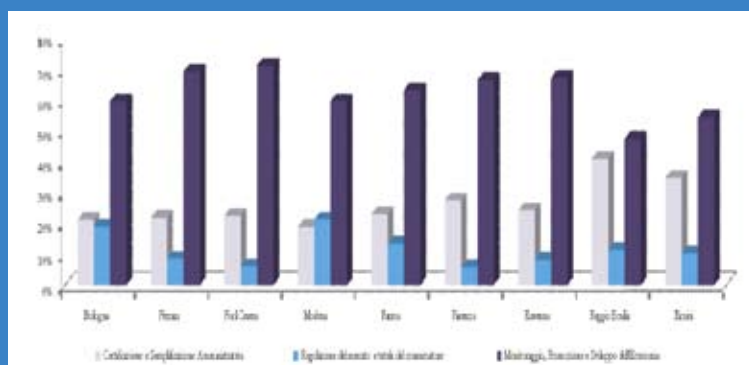
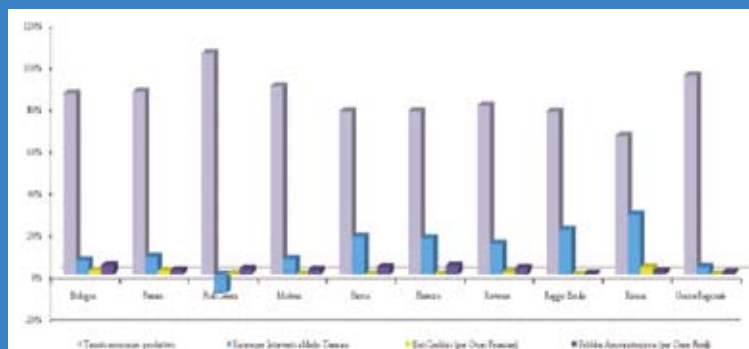


### Le performance del sistema camerale e l'impatto sociale

L'analisi prosegue integrando le informazioni relative alla distribuzione del Valore Aggiunto, ponendo l'accento sull'impatto che si determina sul tessuto economico regionale. E ciò sia considerando il complesso degli interventi economici, sia raggruppando le attività rivolte alle imprese in tre raggruppamenti funzionali (Certificazione e Semplificazione Amministrativa; Regolazione del Mercato e Tutela dei Consumatori; Monitoraggio, Promozione e Sviluppo dell'Economia), tenendo conto non solo delle risorse finanziarie impiegate ma anche dei costi di funzionamento e del personale che le imposta e le rende fruibili all'utenza.

Inoltre, questa sezione consente di dare conto della capacità del sistema camerale regionale di restituire al tessuto imprenditoriale quanto percepito (Totale Ricavi Ordinari). A livello provinciale, si rileva che l'86% dei Ricavi della Camera di commercio di Ravenna trova impiego nella diretta distribuzione del

## IL VALORE AGGIUNTO SOCIALE PER PROVINCE



Valore Aggiunto a diversi Stakeholders (Tessuto Economico Regionale, Enti Creditizi, Pubblica Amministrazione, Risorse per Interventi a medio termine). Nello specifico, il valore distribuito al Tessuto Economico Regionale mediante l'esercizio delle attività istituzionali (che corrisponde al 69% dei Ricavi Ordinari), si attesta a 162 euro per impresa attiva e deriva da:

- Certificazione, Semplificazione Amministrativa: euro 40;
- Regolazione del Mercato e Tutela dei Consumatori: euro 13;
- Monitoraggio, Promozione e Sviluppo dell'Economia: euro 109.

All'interno del valore distribuito al Tessuto Economico Regionale circa euro 71 si riferiscono al valore degli interventi economici a favore delle imprese, cifra che corrisponde al 33% del Totale dei Costi (Oneri Correnti) ed al 30% del Totale Ricavi Ordinari (Valore della Produzione).

\* Ufficio Studi  
Camera di Commercio  
di Ravenna

## QUADRO DI SINTESI DEL SISTEMA CAMERALE REGIONALE

### Sistema Camerale Regionale - Quadro Generale

G.1	Incidenza del Valore Aggiunto Globale Distribuito sui Ricavi Ordinari - Sistema Regionale Consolidato	Valore aggiunto Globale Distribuito/ Ricavi ordinari (valori della produzione)	81,91%
G.2	Valore Aggiunto Distribuito al Tessuto Economico Produttivo per Impresa attiva - Sistema Regionale Consolidato	Valore aggiunto distribuito al Tessuto Economico Produttivo In. imprese attive	euro 148,29
G.3	Valore degli Interventi Economici per impresa attiva - Sistema regionale Consolidato	Valore degli Interventi Economici In. imprese attive	euro 65,91
G.4	Composizione del personale per funzione - Sistema regionale (CCIAA+Aziende speciali)	<b>Funzione Istituzionale A:</b> Organi Istituzionali e segreteria generale <b>Funzione Istituzionale B:</b> Servizi di supporto <b>Funzione Istituzionale C:</b> Servizi anagrafico certificativi <b>Funzione Istituzionale C:</b> Servizi di regolaz. del mercato e tutela del consumatore <b>Funzione Istituzionale D:</b> Servizi di promozione	66,62 235,66 280,89 235,66 147,25
G.5	Incidenza del Valore Aggiunto distribuito al tessuto economico produttivo prov.le sui ricavi ordinari - Sistema Regionale Consolidato	Valore aggiunto Distribuito al tessuto Economico Produttivo/Ricavi ordinari	69,23%
G.6	Incidenza del Valore degli Interventi sul totale degli oneri correnti - Sistema Regionale Consolidato	Valore degli Interventi Economici/ Totale costi	31,98%
G.7	Incidenza del Valore degli Interventi sui ricavi ordinari - Sistema Regionale Consolidato	Valore degli Interventi/Ricavi Ordinari (valori della produzione)	30,77%



# "Uniamo le eccellenze"



Nella foto: i presidenti delle Camere di Commercio di Ravenna, Gianfranco Bessi (a destra), e di Forlì-Cesena, Tiziano Alessandrini

di BARBARA WALDINI\* e ALESSANDRA ROBERTI\*\*

**L**o sviluppo di un territorio va perseguito attraverso la promozione e la valorizzazione di un sistema interconnesso di attività economiche, che proprio nella creazione delle relazioni trova lo stimolo per la crescita. Da ciò la necessità di unire le eccellenze e le tipicità produttive in un'unica espressione di identità territoriale, che diviene così risorsa strategica. Per questo le Giunte delle Camere di commercio di Ravenna e Forlì-Cesena martedì 17 febbraio 2009 si sono date appuntamento a Faenza per discutere le linee di un futuro piano di marketing territoriale volto a promuovere le eccellenze dei territori in modo sinergico e integrato, in un'ottica di territorio allargato, più ampio rispetto alla competenza territoriale delle singole istituzioni coinvolte, con l'obiettivo di integrare le eccellenze dei territori in un'offerta complessiva attraverso politiche di sviluppo territoriale organiche ed interconnesse.

I territori delle province di Forlì-Cesena e di Ravenna offrono insieme, dalla costa all'entroterra, dal turismo culturale alle specialità enogastronomiche e all'artigianato artistico, dalle città d'arte agli stabilimenti termali, dai parchi tematici alle bellezze naturali, un panorama variegato ed articolato di prodotti e servizi, sinonimo di qualità ed eccellenza che, opportunamente integrati e adeguatamente promossi, possono essere fonte di attrazione di persone. La valorizzazione di tali peculiarità va ricercata. Ad esempio, attorno alle ricche proposte culturali che nascono dai poli museali forlivesi, cesenati e ravennati e alle peculiarità architettoniche dei numerosi monumenti, si può avviare una progettualità rivolta all'offerta integrata di servizi e di prodotti non solo turistici, ma anche enogastronomici, artistici e tradizionali, capace di coinvolgere

entrambe le province, con evidenti ricadute in termini di ricchezza e sviluppo.

Da tale integrazione possono poi innescarsi meccanismi virtuosi che associano alla qualità del prodotto quella delle aziende, e divenire a loro volta strumento di sviluppo dei rapporti commerciali e di scambio, come pure fonte di attrazione di imprese e di investimenti. Le istituzioni devono pertanto rafforzare le partnership ed attuare forme di collaborazione fra organismi per implementare interventi che propongono questo "territorio allargato", con le sue distinte attrazioni, produzioni e relazioni, in un'unica accezione ed opportunità. In virtù della propria natura e vocazione, il sistema camerale si candida quindi come coordinatore di un programma complessivo in favore degli operatori economici di entrambe le province, comprendente una sezione dedicata alla promozione del sistema turistico e commerciale e una dedicata al turismo culturale. È prevista inoltre la predisposizione di adeguati strumenti di comunicazione e promozione delle peculiarità del territorio nel suo complesso, funzionale alla realizzazione del programma di attività, pensato in un arco di tempo triennale. I paesi esteri individuati quali destinatari delle azioni promo-commerciali sono l'Olanda, il Belgio, la Danimarca, la Svezia, la Germania.

Le due Giunte si sono lasciate con l'impegno di proseguire nel percorso intrapreso, volto a unire le eccellenze e le tipicità produttive in un'unica espressione di identità territoriale che certamente non può che giovare allo sviluppo economico non solo delle nostre province ma dell'intera regione.

\* Resp. Servizio Promozione CCIAA Ravenna

\*\* Resp. Servizio Promozione CCIAA Forlì-Cesena



**APS**  
ARTIGIANA PULIZIE SERVIZI

- PULIZIE CIVILI E INDUSTRIALI
- PULIZIE VETRI
- TRATTAMENTO COTTO
- SVUOTAMENTO E PULIZIA CANTINE
- PULITURA AREE VERDI E GIARDINI
- PICCOLI TRASPORTI E CONSEGNE

Via A. Fortis, 37 - Ravenna - Tel. 0544 452779 - [www.sps.ra.it](http://www.sps.ra.it)

Opera con Serietà, Esperienza e Personale Qualificato. Lavori Eseguiti a Norma di Legge

Sopralluoghi e preventivi GRATUITI  
(Ravenna e provincia)

216be

# Deliziando, il sapore incontra il business

di GIOVANNI CASADEI MONTI

**L**a Camera di commercio di Ravenna partecipa al progetto "Deliziando", un programma di iniziative promo-commerciali elaborato per presentare sui mercati internazionali le eccellenze agroalimentari prodotte nel nostro territorio.

Il progetto è stato ideato dalla Regione Emilia-Romagna in partnership con Unioncamere Emilia-Romagna, le nove Camere di Commercio della nostra regione, l'Istituto per il Commercio con l'Estero, i consorzi di tutela e valorizzazione dei prodotti e l'Enoteca Regionale.

L'Emilia-Romagna, secondo i dati di fonte Istat elaborati da Unioncamere regionale, contribuisce per ben un sesto al totale dell'export nazionale in campo agroalimentare.

La tendenza delle esportazioni di prodotti emiliano-romagnoli è caratterizzata negli ultimi anni da una costante crescita: +4,11 % nel 2004, + 5,25% nel 2005, +10,14 % nel 2006, + 5,23% nel 2007.

Il progetto si basa sulla considerazione che la qualità, tipicità e distintività sono le caratteristiche che rendono i prodotti agroalimentari della nostra regione apprezzati e richiesti in tutto il mondo.

L'iniziativa intende dunque concentrare tutte le tipologie di produzioni che possiedono queste caratteristiche intorno ad un marchio comune, "Deliziando", con lo scopo di mettere in contatto la domanda dei Paesi esteri con l'offerta delle imprese regionali del settore e accompagnando queste ultime verso nuovi progetti di export, con azioni di supporto all'internazionalizzazione.

Il paniere interessato dall'iniziativa è quello dei pro-



dotti a qualità regolamentata dalle normative comunitarie e regionali che si riferiscono alle seguenti categorie:

- D.O.P. Denominazione di Origine Protetta
- I.G.P. Indicazione Geografica Protetta
- Q.C. Qualità Controllata (ortofrutta e farina)

- Prodotti agroalimentari da agricoltura biologica destinati al consumo umano

- Vini D.O.C. Denominazione di Origine Controllata (con priorità per i vitigni autoctoni)

- Vini D.O.C.G. Denominazione di Origine Controllata e Garantita (con priorità per i vitigni autoctoni)

- Vini I.G.T. Indicazione Geografica Tipica

Le tipicità prodotte nella nostra regione che rientrano all'interno delle categorie interessate dall'iniziativa sono 68 e coinvolgono circa 1500 imprese regionali, i principali destinatari del progetto.

Per quanto riguarda la provincia di Ravenna, le aziende che producono almeno un prodotto a qualità regolamentata sono 90, con le seguenti tipicità: Sangiovese di Romagna, Albana di Romagna, prodotti biologici e q.c. (ortofrutta, miele, vino, pasta, dolci), olio extra vergine di Brisighella, scalogno di Romagna, vitellone bianco dell'Appennino, lambrusco di Modena e di Reggio Emilia, zampone e cotechino, mortadella di Bologna,

## I MERCATI INTERESSATI

*Le aree-mercato obiettivo della programmazione 2009:*

*Regno Unito e Irlanda*

*Nord Europa (Danimarca, Finlandia e Svezia)*

*Austria*

*Est Europa (Russia, Bulgaria, Polonia, Repubblica Ceca e Ungheria)*





salamini cacciatora, asparago di Altedo, pera, pesca e nettarina dell'Emilia-Romagna.

Le aree sono state selezionate con riferimento alle loro potenzialità in termini di assorbimento dei nostri prodotti e di sensibilità al gusto per questi ultimi.

Alcuni si possono considerare come mercati ormai tradizionali dove l'obiettivo delle attività di promozione è di consolidare la conoscenza e la valorizzazione delle nostre produzioni.

Altri, in particolare quelli dell'Est Europa, sono relativamente nuovi e la diffusione delle eccellenze regionali viene favorita supportandone l'introduzione dopo avere realizzato le opportune indagini di mercato e verificato le potenzialità di quest'ultimo in termini di

ricettività e gusti dei consumatori.

La tipologia di attività promo-commerciali che verrà realizzata riguarda incontri bilaterali con selezionati buyers esteri in occasione di importanti manifestazioni di settore in Emilia-Romagna, missioni commerciali autonome organizzate in Emilia-Romagna per operatori stranieri che prevedono incontri bilaterali e visite aziendali con nostre realtà produttive, missioni commerciali autonome nei Paesi selezionati da parte delle nostre imprese e finalizzate a incontrare gruppi di acquisto. Infine è prevista la partecipazione a importanti manifestazioni fieristiche di settore nei Paesi esteri.

L'inaugurazione del progetto è avvenuta nel novembre scorso con un workshop internazionale organizzato a Bologna presso il Business Club di Bologna Fiere al quale hanno partecipato circa 100 aziende emiliano-romagnole e 40 tra importatori, distributori e buyers provenienti da 12 Paesi europei.

Il programma 2009 ha avuto inizio con la partecipazione dal 6 al 13 febbraio di una delegazione di 12 aziende emiliano-romagnole alla Fiera Prodexpo di Mosca, la più importante rassegna fieristica dell'agroalimentare della Federazione Russa e una delle principali di tutto l'Est Europeo. Il progetto prevede inoltre che le azioni siano accompagnate in alcuni casi dalla realizzazione diretta di alcune attività promo-commerciali nei punti vendita di alcune catene distributive, ad esempio in Austria, e dall'attuazione di analisi di pre-fattibilità per organizzare piattaforme logistico-distributive dei prodotti nei Paesi scandinavi.

L'impegno finanziario complessivo a carico del sistema camerale per il progetto sul 2009 è di circa 160.000 Euro, che si aggiunge all'impegno economico della Regione Emilia-Romagna, Direzione Generale Agricoltura, e dell'Istituto per il Commercio con l'Estero.

Le Camere di commercio partecipano attivamente al progetto con il supporto alla selezione e identificazione delle aziende, l'assistenza alle imprese durante le iniziative promo-commerciali, l'organizzazione degli eventi promozionali.

## LE INIZIATIVE IN PROGRAMMA

*Il programma di attività prevede altre iniziative per l'anno in corso:*

- *organizzazione di incontri bilaterali tra imprese e buyers del settore vitivinicolo in occasione della rassegna Vinitaly (Verona, 2-6 aprile 2009)*
- *organizzazione di incontri bilaterali con operatori esteri del food in occasione della Fiera CibusPro (Parma, 14-15 maggio 2009)*
- *realizzazione di incontri bilaterali con buyers esteri del settore biologico a Bologna durante la manifestazione Sana (10-13 settembre 2009)*
- *realizzazione di incontri bilaterali con operatori esteri del settore ortofrutta durante il Macfrut (Cesena, 7-9 ottobre 2009).*

## INFO

Azienda Speciale Eurosportello  
tel. 0544 481443  
euroinfo@ra.camcom.it  
www.ra.camcom.it/eurosportello  
www.deliziandoitalia.it



\* Direttore di Azienda Speciale  
SIDI Eurosportello  
Camera di Commercio di Ravenna

# NauticaMed World 2009

**L'** Eurospertello di Ravenna continua a sostenere l'internazionalizzazione del comparto nautico romagnolo e italiano con incisive iniziative promozionali. È confermata dal 21 al 23 maggio prossimo NauticaMed World, la manifestazione internazionale della nautica organizzata promossa in collaborazione con l'Istituto nazionale per il Commercio Estero. L'evento di incoming è finalizzato alla creazione di opportunità di scambio e di cooperazione commerciale con operatori provenienti per la sesta edizione da Stati Uniti, Argentina, Sud Africa e Russia. L'evento è parte integrante del progetto Nautic Italy 2008-2009 che prevede un calendario ricco di appuntamenti. Oltre al NauticaMed World e alla missione outgoing in Brasile realizzata lo scorso dicembre è prevista un'ulteriore missione all'estero in Turchia, nella parte meridionale del Paese, per settembre prossimo.

L'edizione 2009 si focalizzerà su quattro importanti Paesi: Stati Uniti, Argentina, Sud Africa e Russia. A Ravenna parteciperanno circa 20 operatori, rappresentanti dei Paesi selezionati, i quali, in qualità di responsabili acquisti, dealer, titolari, amministratori delegati di cantieri nautici e di società di importazione e distribuzione di prodotti/accessori per la nautica, valuteranno le offerte e le proposte commerciali dei produttori italiani.

Stati Uniti: perché? Nonostante la congiuntura internazionale e l'innegabile momento di crisi gli Stati Uniti rappresentano comunque il primo produttore mondiale di imbarcazioni da diporto detenendo una fetta del mercato mondiale pari ancora al 60%. I can-

di PINA MACRI\*



tieri statunitensi presenti a Ravenna nel 2008 hanno rimarcato l'efficacia dell'iniziativa che gli ha permesso di entrare in contatto con nuovi potenziali fornitori italiani molto qualificati presenti agli incontri d'affari.

Argentina: perché? Dopo l'intensa attività svolta sul Brasile, si propone l'Argentina con l'intento di continuare a monitorare il mercato nautico dell'America Latina. Inoltre dai dati in nostro possesso e da alcune verifiche effettuate da strutture che operano in loco emerge che nel Paese è in atto negli ultimi quattro anni una graduale ripresa economica e sociale e, sebbene sia ancora abbastanza limitato il numero dei cantieri presenti, la maggior parte di questi importano dall'estero dal 40% al 70% tra accessori, impiantistica, arredamento necessari per completare uno yacht.

Sud Africa: perché? L'industria nautica in Sud Africa ha attraversato un periodo di profonda ristrutturazione che le ha consentito di guadagnare efficienza rendendola competitiva a livello internazionale sotto il profilo dei prezzi, della qualità (sia per quanto concerne le rifiniture che la tecnica di navigazione nautica), affidabilità e durata. Dal 1994 ad oggi la produzione ha registrato un tasso di crescita del 120%; di conseguenza, da tipico segmento nell'ambito del tempo libero è diventata un forte settore esportativo con un fatturato complessivo di circa 1,4 miliardi di Rand (circa 120 milioni di euro) di cui l'85% viene esportato, prevalentemente sui mercati degli Stati Uniti e dei Caraibi, e l'ulteriore 15% destinato al mercato interno. Il paese

## PROGRAMMA NAUTICAMED WORLD 2009

### **Giovedì 21 maggio 2009**

- 10.00 – 18.00 Incontri B2B c/o Almagià Ravenna (via dell'Almagià – Darsena di Città)

### **Venerdì 22 maggio 2009**

- 9.30 – 17.00 Incontri B2B c/o Almagià Ravenna (via dell'Almagià – Darsena di Città)
- 17.00 – 19.00 Workshop sul design nautico presso l'Autorità Portuale di Ravenna

### **Sabato 23 maggio 2009**

- Visite aziendali

ha sviluppato punte di eccellenza nella produzione di barche a vela, catamarani, barche per la pesca d'altura, kayak e gommoni.

Russia: perché? Nel settore degli yacht di lusso dominano i produttori italiani e britannici, che stanno lentamente conquistando posizioni e popolarità a scapito soprattutto della produzione americana; la preferenza accordata ai prodotti italiani dipende principalmente dal design. L'Italia si colloca al secondo posto con il 16% delle importazioni espresse in valuta, dopo gli Stati Uniti d'America, (26%) e precedendo il Canada che detiene il 15%. (dati 2005)

Schede paese dettagliate sul sito Nautic Italy <http://www.nauticity.it/index.php?id=323>



Delegazione di imprese nautiche in Brasile, guidata dall'Eurosportello di Ravenna (dicembre 2008)

### ALCUNI DATI DI RIFERIMENTO

La subfornitura italiana nel settore delle costruzioni navali e della nautica in particolare, ha assunto da tempo un ruolo importante, che trova riscontro nei dati rilevati da Ucina nella pubblicazione "La Nautica in cifre: Analisi del mercato per l'anno 2007".

Il fatturato complessivo dell'intero settore della produzione cantieristica è stimato pari a € 3.805.190.000, derivante per € 3.332.840.000 da produzione nazionale (87%) e per € 482.350.000 da importazioni (13%). La produzione nazionale è formata da € 1.457.690.000 (44%) derivanti dal mercato nazionale e da € 1.865.150.000 da diretta esportazione (56%), di cui € 963.500.000 verso Paesi UE (52%) e € 901.650.000 verso Paesi extra UE (48%). Analizzando i valori delle importazioni per la provenienza delle stesse si può dire che provengono da Paesi UE per un valore pari a € 353.390.000 (73%) e da Paesi extra UE per un valore pari a € 128.960.000 (27%). Le importazioni a loro volta sono poi ricollocate sul mercato italiano e sul mercato estero con i seguenti valo-

ri complessivi: € 436.740.000 (91%) e € 45.610.000 (9%). Il fatturato globale del settore è rivolto per € 1.910.230.000 al mercato nazionale (50%) e per € 1.894.960.000 al mercato estero (50%).

#### Super Yachts

Da un'analisi effettuata da Ucina nel settore dei superyachts, imbarcazioni con scafo di lunghezza superiore ai 24 metri, emerge che nel mondo dal 2000 ad oggi gli ordinativi sono più che raddoppiati e la quota di mercato dell'Italia in questo importante settore è in continua crescita attestandosi per il 2008 al 47%. Nell'area del Mediterraneo un possibile elemento sfavorevole a questo trend crescente può essere visto nell'insufficienza di ormeggi per superyacht; al contrario elemento propulsivo può essere visto nella continua crescita del numero di soggetti dalle ricchezze finanziarie milionarie provenienti dai mercati emergenti quali Cina e India, generalmente definiti ultra high net worth individuals (UHNWI).

Nella tabella di seguito riportata (Fonte UCINA 2007) sono presenti i dati sulla distribuzione geografica dell'industria nautica nella sua interezza, risultati che evidenziano come la Lombardia, con circa un quarto del totale, si collochi al primo posto sia per il numero di aziende che per numero di addetti. Seguono la Liguria, la Toscana e l'Emilia Romagna, che è quarta come aziende sul territorio ma occupa la seconda posizione per numero di addetti complessivo.

## COME ADERIRE

Scaricare la scheda di adesione dal sito

[www.nauticity.it](http://www.nauticity.it)

Segreteria organizzativa:

Tel 0544/481443 Fax 0544/218731

[euroinfo@ra.camcom.it](mailto:euroinfo@ra.camcom.it)



\* Azienda Speciale SIDI Europortello Camera di Commercio di Ravenna

## DISTRIBUZIONE PER AREE GEOGRAFICHE DEL COMPARTO NAUTICO IN TERMINI DI AZIENDE E ADDETTI

Regione	aziende	addetti
Lombardia	25,3%	24,0%
Liguria	15,2%	9,7%
Toscana	10,6%	10,0%
Emilia Romagna	8,7%	15,8%

# **radio** **LatteMiele**

Ravenna 97.500 fm

infoline advertising:  
0544.511.311  
tutte le frequenze su:  
[www.lattemiele.com](http://www.lattemiele.com)

## Ravenna, per tre giorni capitale dell'energia



*Dal 25 al 27 marzo 2009 si è tenuta al Pala de Andé di Ravenna la nona edizione dell'Offshore Mediterranean Conference. Di seguito, il saluto di apertura dei lavori del presidente della Camera di Commercio di Ravenna, Gianfranco Bessi*

Autorità, gentili ospiti, benvenuti alla nona edizione di OMC.

Ravenna è lieta di ospitare questo appuntamento biennale con i principali protagonisti dell'attività estrattiva di idrocarburi, per la lunga storia che caratterizza il rapporto tra questa città e il settore energetico.

L'edizione 2009 di OMC cade in un momento particolare per il dibattito aperto in Italia e a livello internazionale sulle fonti energetiche e per la difficile situazione economica che non risparmia nessun Paese.

Ma il fatto che questa edizione di OMC sia caratterizzata da un aumento considerevole di espositori e di operatori del settore, è la conferma che il mondo produttivo non sta fermo ma, anzi, è impegnato nel massimo sforzo per uscire da questa complessa situazione.

Ravenna è un polo internazionale del settore offshore grazie all'elevato livello di competitività delle aziende che vi operano, ma con OMC è anche un punto di riferimento per le strategie future. Vorrei sottolineare due temi.

### **Il progetto Alto Adriatico.**

Se ne è tornato a parlare recentemente, dopo che il progetto venne lanciato, proprio in questa sede, più di 10

anni fa.

Si tratta di una prospettiva interessante per il Paese e il mio auspicio è che si possa guardare a questo progetto senza i soliti condizionamenti di chi dice sempre 'no' a prescindere.

### **Il capitolo dei rigassificatori.**

A livello europeo e mondiale vi è un massiccio ricorso a questi impianti, perché le tecnologie li hanno resi sicuri sul piano produttivo e della tutela ambientale.

Una sessione dei lavori di questa edizione di OMC verrà dedicata a questo tema. Alla luce del deficit energetico del nostro Paese, credo che sia necessario valutare attentamente i progetti per la realizzazione di queste infrastrutture anche lungo le coste adriatiche.

Abbiamo la possibilità di ricoprire un ruolo strategico nell'approvvigionamento e nel trasferimento del gas. Sarebbe un peccato perdere un'occasione così importante.

Ravenna è in grado di giocare un ruolo importante – nell'ambito del Mediterraneo – per quanto attiene l'energia. Non a caso si sta lavorando attorno al progetto 'Ravenna Città dell'energia', progetto al quale va data concretezza in forza della cinquantennale collaborazione con Eni, dei centri di ricerca e delle opportunità offerte dalle fonti rinnovabili.

Infine, un ringraziamento ai ministri degli Esteri di Norvegia e Italia per aver scelto questa occasione per tenere il Forum Italo-Norvegese, dedicato proprio all'energia.



# Record di stand espositivi e maxi afflusso di visitatori

Per la prima volta in nove edizioni, OMC ha ospitato anche dieci espositori provenienti dalla Cina.

Un risultato figlio dell'economia globale, ma soprattutto del ruolo che la manifestazione ravennate si è ritagliata nel contesto mediterraneo del settore degli idrocarburi. "Indubbiamente il Mediterraneo oggi è un'area strategica per l'estrazione e per il trasporto di idrocarburi – spiega Antonio Angelucci, presidente di OMC – e la nostra manifestazione si è ormai caratteriz-

zata come il luogo dove 'domanda e offerta' si incontrano. Anche i cinesi hanno capito che il Mediterraneo è destinato a ricoprire un ruolo sempre maggiore, perché qui incrociano gli interessi di produttori e consumatori". La nona edizione di OMC si è chiusa con il record dei visitatori: oltre 9 mila più 700 delegati, contro i complessivi 7.700 di due anni fa.

"È il segnale che il mercato non è fermo – commenta Gianfranco Magnani – e che appena il prezzo del petrolio

tornerà a salire, ripartiranno ingenti investimenti. Quindi le imprese sono molto attente a cogliere ogni segnale".

"Un segnale importante – aggiunge il presidente della Camera di commercio, Gianfranco Bessi – potrebbe venire da una concreta ripresa del progetto Alto Adriatico. Qui Ravenna giocherebbe un ruolo di primo piano, sia per le aziende del settore, sia perché è sede del principale distretto operativo dell'Eni in Italia".







Le aziende ravennati presenti a OMC hanno avuto numerosi contatti operativi. La presenza di Rosetti, Cosmi, Righini, Tozzi e altri sui principali giacimenti di idrocarburi suscita ovviamente molto interesse. Grazie anche agli ottimi rapporti con Eni, le imprese ravennati operano in Africa, Medio Oriente e nei mercati emergenti come il Kazakistan e, presto, il Turkmenistan.

"Anche quest'anno OMC si è rivelata un gran successo, ancora più sorprendente se si considera che l'Italia è un paese che non offre particolari risorse petrolifere", aggiunge Angelucci. "Sono molto soddisfatto di come si è svolta la manifestazione, in tutte le sue sfaccettature, ma soprattutto per il calore dimostrato dalle delegazioni straniere, in particolare Egiziani, Nigeriani e Iraniani", ha proseguito Angelucci. "Inoltre mi compiaccio particolarmente dell'alto interesse suscitato

a livello nazionale ed internazionale dai workshop e dalle sessioni tecniche proposti dal nostro comitato scientifico".

"Mi auguro che nella prossima edizione di fine marzo 2011 l'affluenza a Ravenna aumenti, a livello di visitatori, espositori e istituzioni, nazionali e straniere", conclude Angelucci.

"Sicuramente, per allora, lo spettro della crisi sarà definitivamente superato e l'economia sarà ripartita assicurando a tutti maggiori opportunità".

In linea con le precedenti edizioni, anche quest'anno OMC ha dato largo spazio ai giovani. "Sono state registrate più di 400 presenze", sottolinea Angelucci, "arrivati con i pullman dai politecnici di Torino e Milano, dalle Università di Padova, Bologna e Pisa e dall'istituto tecnico industriale di Ravenna".

Quest'anno è stato allestito un vero e proprio "Youth corner", dove gli stu-

denti hanno potuto incontrare rappresentati di Edison, Schlumberger e Rana.

Al termine della Conference sono stati premiati i migliori stand e le migliori presentazioni.

Come migliori "paper" sono stati selezionati: Jean Perrot (Total), Tempa Rossa, "Italy - A challenging case history", Falan Srisuriyachai (University of Bologna), "A novel procedure to locally access wettability reversal in carbonate rocks by magnetic resonance imaging", Maria Teresa Galli (Eni E&P), "Petrophysical Characterisation of thin layered Reservoirs: a Case History from the Adriatic Basin" e Steve Young (M-I Swaco) con il miglior poster, "Testing protocols for optimized high performance water based drilling fluid design".

Si sono aggiudicati il titolo di migliori stand Total, Proger e Baker Hughes.

# Al taglio del nastro accanto alle autorità ravennati il ministro egiziano per il petrolio, Sameh Fahmi





## Da Ravenna parte il rilancio del progetto Alto Adriatico



Tra i temi affrontati durante le giornate di OMC 2009, il rilancio del progetto Alto Adriatico e lo snellimento delle procedure amministrative legate alle attività estrattive sono stati tra quelli che hanno tenuto maggiormente banco. Il direttore generale per le risorse minerarie e petrolifere del ministero per lo Sviluppo economico, Franco Terlizzese, ha proposto tavoli tecnici con Regioni, compagnie petrolifere, organizzazioni non governative per garantire massima trasparenza, ma anche per sbloccare decine di progetti per l'estrazione di idro-

carburi che sarebbero già cantierabili, ma che restano fermi tra iter burocratici complessi e comitati locali ostili.

“Con la creazione di questi Tavoli, l'obiettivo del Ministero – spiega Terlizzese – è semplificare la normativa e cercare un dialogo con gli enti locali attraverso dei protocolli d'intesa”.

Secondo Giuseppe Tannoia, consigliere di Assomineraria, esistono 58 cantieri estrattivi che si potrebbero già aprire con investimenti previsti per 5,5 miliardi di euro. “Ne trarrebbero vantaggi – aggiunge Tannoia – Ravenna e il Veneto”.

Assomineraria rilancia il progetto Alto Adriatico, proposto per la prima volta dieci anni fa, proprio durante una edizione di OMC, e poi finito tra le polemiche. All'inizio di quest'anno il ministro Scalio l'ha rilanciato, riaprendo anche la diatriba con il Veneto che teme un acuirsi del fenomeno della subsidenza. Il progetto Alto Adriatico prevede una ventina di nuove piattaforme e circa 350 milioni di euro di investimenti, anche se l'importo andrebbe aggiornato ai costi correnti.

Sotto il fondale dell'Adriatico, c'è me-





tano a volontà: più di 30 miliardi di metri cubi di gas. A metà degli anni '90 ne vennero accertati 34 miliardi e le simulazioni portavano questo dato fino a una quarantina di miliardi di metri cubi di metano. Ma erano il frutto di ricerche fatte in anni in cui le tecnologie erano meno affinate rispetto a quelle di oggi. I metri cubi potrebbero quindi essere molti di più e Assomineraria chiede di riprendere in mano il progetto e andare avanti.

Ai 58 progetti già cantierabili sono interessate un po' tutte le dieci compagnie petrolifere che operano in Italia e tutte, più o meno, lamentano gli eccessi della burocrazia. La burocrazia. "Il problema – dicono - è che vorremmo un sì o un no in tempi ragionevoli. Invece presentiamo i progetti e non riceviamo risposte per anni. Nel frattempo, in caso di esito negativo, potremmo puntare su altri investimenti. E invece siamo bloccati".





# Delegazioni da otto paesi leader nell' Oil & Gas

Se i visitatori sono stati oltre 9 mila, altre cifre confermano il successo di OMC 2009.

Ad esempio, i 370 espositori presenti con un aumento del 28% rispetto al 2007, una ventina di alberghi riempiti tra Ravenna, Milano Marittima, Marina Romea e Lido Adriano.

Otto le delegazioni ufficiali provenienti da Croazia, Libia, Egitto, Kazakhstan, Turkmenistan, Algeria, Norvegia e Mali.

La parte espositiva, nella quale hanno operato circa 3500 addetti, ha occupato una superficie di 13.800 mq con ol-

tre 5 mila metri quadrati a disposizione delle aziende espositrici provenienti da 23 Paesi.

Alcune iniziative sono state ospitate nella sede di Confindustria Ravenna: due 'presentazione-paese' dedicate a Kazakhstan e Turkmenistan e il Forum italo-norvegese promosso dai rispettivi ministeri degli Esteri con l'ambasciatore Laura Mirachian, direttore generale per i Paesi dell'Europa del ministero degli Affari esteri, Elisabeth Walaas, segretario di Stato norvegese per gli Affari esteri, l'ambasciatore di Norvegia in Italia, Einar Bull.





▶ CASA ▶ AUTO ▶ LAVORO ▶ INCONTRI ▶ VIAGGI ▶ ETC. ▶ ETC. ▶ ETC. ▶

*Troppa carta nelle nostre buchette e nella nostra città? Siamo d'accordo!*

*Per questo La Pulce, da gennaio, e' esclusivamente in edicola.*

# 2009: *adesso gli Affari si fanno in Edicola*

*Con tantissimi nuovi buoni affari per te. E per l'Ambiente.*

# LA Pulce

IL SETTIMANALE DI ANNUNCI ECONOMICI

*gli Affari*



*in tutte le edicole  
della Romagna*



# Obiettivo: destagionalizzare

di MARIA ELISABETTA GRISELLI\*

**N**el dicembre 2008 i nove lidi ravennati hanno fatto registrare un significativo aumento di presenze, il 30% in più, rispetto allo stesso mese del 2007. Un aumento attribuibile in primo luogo alla seconda edizione del "Mare d'inverno", un progetto sperimentale (un mese esatto di eventi, dal 6 dicembre 2008 al 6 gennaio 2009) che ha cominciato a decollare dopo un 2007 di rodaggio e nonostante condizioni metereologiche spesso sfavorevoli.

L'obiettivo dell'iniziativa promossa dal sindaco Fabrizio Matteucci e dall'assessore comunale al Turismo Andrea Corsini - che vede Ravenna, unica in regione, anticipare con una scelta innovativa e coraggiosa le nuove tendenze, proprio come accadde oltre dieci anni fa con l'apertura serale della spiaggia - è contribuire alla fidelizzazione e alla destagionalizzazione attraverso un ricco programma di attività (ludiche, sportive, culturali, di animazione) finalizzate a richiamare turisti anche nei mesi più freddi.

Ma il "mare d'inverno" può davvero funzionare? Gli operatori che finora hanno aderito contribuendo ad arricchire il cartellone degli eventi ne sono più

che convinti. Ritengono che gradualmente, adeguatamente supportata e integrata con l'offerta della città d'arte e delle terme, con servizi ampliati per poter comprendere in un prossimo futuro, oltre a quelli tradizionali afferenti la ristorazione e lo sport, anche palestre, piccoli centri benessere, piscine calde in spiaggia e magari un casinò poco lontano, la nuova

proposta turistica si affermerà definitivamente e i visitatori impareranno ad apprezzare il fascino straordinario del mare nella stagione fredda che tanti ravennati già conoscono da tempo. Il fascino delle passeggiate a piedi e a cavallo sul bagnasciuga e nelle pinete, dei tre chilometri della passeggiata in mare presso il Molo Dalmazia, della visita al porto turistico "Marinara" di recente

realizzazione.

"Il mare d'inverno è un concetto che il pensiero non considera, è poco moderno, è qualcosa che nessuno mai desidera... Alberghi chiusi, manifesti già sbiaditi...qui non viene mai nessuno": sono i versi di una canzone di successo scritta nel 1983 da Enrico Ruggeri, interpretata allora dalla voce rauca e graffiante di Loredana Bertè e oggi riproposta da Karima con

“  
**In dicembre i nove lidi ravennati hanno fatto registrare un importante incremento delle presenze**  
”

**LINGUERRI GIANFRANCO**

53be



**Demolizioni - Speciali**  
**Sottofondi - Stradali**  
**Escavazioni - Inerti**

Bagnara di Romagna Via Molinello 25/D [www.linguerrigianfranco.it](http://www.linguerrigianfranco.it)  
[info@linguerrigianfranco.it](mailto:info@linguerrigianfranco.it) ☎ 0545-76667 📠 0545-905156



rinnovata intensità.

Il progetto "Mare d'inverno" non riprende il titolo di questo testo per snaturare l'atmosfera del mare nei mesi invernali, che mantiene, intatto, il fascino ricco di suggestioni della battigia deserta e delle dune spazzate dal vento. Ma per sostenere che è possibile vivere in ogni stagione gli spazi del territorio e che, in inverno, è possibile far diventare la spiaggia un luogo attrattivo per famiglie, bambini, giovani offrendo la possibilità di trascorrere un week end diverso. Proprio l'appeal del mare tutto l'anno è, insieme alla valorizzazione ambientale, uno dei punti fermi del nuovo Piano dell'arenile che sta per essere varato.

Naturalmente perché ciò accada si rendono indispensabili una rete opportunamente integrata di servizi e una strategia territoriale fortemente condivisa: la destagionalizzazione, infatti, non deve ridursi alla programmazione di una ricca serie di eventi per animare le festività natalizie, ma deve puntare ad essere un valore aggiunto del turismo ravennate. Anche la possibilità per gli esercizi commerciali di realizzare i dehors, padiglioni esterni per il ristoro che consentono di ampliare gli spazi, va in questa direzione e rappresenta un'occasione ulteriore per vivere in maniera nuova il mare e la città anche nei mesi meno caldi. Le proposte dell'edizione 2008 del "Mare d'inverno", numerose e diversificate, sono state raccolte in un



sito appositamente attivato e si rivolgono agli adulti, ai bambini, agli appassionati della vela, ai semplici curiosi a caccia di emozioni nuove. Si va dai tradizionali mercatini ai fuochi d'artificio, dallo "snow beach" (una vera pista da sci e snowboard) alla pista di pattinaggio, dalle regate veliche del Campionato d'Inverno del Ravenna Yacht Club alle mostre di pittura e artigianato artistico, ai presepi di sabbia.

Nell'ambito di questa iniziativa Provincia e Camera di commercio hanno presentato al Marina Bay di Marina di Ravenna due guide: "La Romagna da bere", uno strumento di comunicazione che incentiva la crescita della cultura del vino, e "Oro in tavola", una guida strategica con percorsi a tema per scoprire il territorio romagnolo attraverso le eccellenze e le tipicità dell'offerta alimentare.

\* Ufficio Studi e biblioteca  
Camera di Commercio di Ravenna

75be

coop  
pubbli<sup>i</sup>neon

- **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

352be



Segnali positivi  
per la tua assicurazione auto.

**UNIBOX®**

La prima polizza auto  
con sistema satellitare che prevede  
lo sconto del **20%** sulla RCA  
e del **50%** su incendio e furto.

L'assicurazione che cercavi esiste.  
In tutte le Agenzie Unipol.

**UNIPOL**  
UGF ASSICURAZIONI  
[www.ugfassicurazioni.it/unipol](http://www.ugfassicurazioni.it/unipol)

**ASSICOOP**  
Ravenna



## Efficienza e qualità con trasporto



CON.S.A.R. Soc. Coop. Cons.  
Via Vicoli, 93 - Ravenna  
Tel. 0544/469111 Fax 469243  
Casella postale 416

Consar è un consorzio di auto-  
trasportatori che conta 500 so-  
ci, 700 mezzi e un efficiente  
organizzazione di coordina-  
mento. Offriamo esperienza,  
tecnologie e i più avanzati ser-  
vizi di trasporto integrati. Ab-  
biamo investito consistenti ri-  
sorse nel campo della logistica  
e del trasporto intermodale,  
che contribuiranno ad una  
maggiore sicurezza sulle strade  
e ad un minor impatto ambien-  
tale sul nostro territorio.



SETTORE  
**CERTITRANS**  
CERTIFICATO n. 122



218 be

346be



- COSTRUZIONI STRADALI
- MOVIMENTI TERRA
- AREE VERDI
- ARREDO URBANO
- ACQUEDOTTI
- GASDOTTI
- FOGNATURE
- PAVIMENTAZIONI SPECIALI
- ASFALTI
- CEMENTI ARMATI
- ILLUMINAZIONE PUBBLICA

Via del Lavoro 16 - Tel. 0544/965329 Fax 0544/965477  
48015 MONTALETTO DI CERVIA (Ra)



# Oltre 1,7 milioni di euro a sostegno del Lughese

**I**niziamo, a partire da questo numero, una serie di reportage sulle Fondazioni Bancarie operanti nel territorio provinciale.

Tre settori 'rilevanti' come Arte, attività e beni culturali, Educazione ed Istruzione, Assistenza agli anziani cui destinare circa il 70% delle risorse disponibili. Un milione e 700 mila euro distribuiti annualmente su un territorio di circa 50 mila abitanti sulla base delle indicazioni derivanti dallo Statuto che regola l'attività tesa a perseguire scopi di utilità sociale, culturale e di promozione dello sviluppo economico. Su queste linee opera la Fondazione Cassa di Risparmio e Banca del Monte di Lugo, presieduta da Atos Billi. La Fondazione, che – unitamente a quella di Cesena e quella di Faenza

– controlla la Banca di Romagna e la Cassa di Risparmio di Cesena, deriva dalla concentrazione della Fondazione Cassa di Risparmio di Lugo con la Fondazione Banca del Monte di Lugo, enti che rappresentavano rispettivamente la continuazione della Cassa di Risparmio di Lugo (fondata nel 1845) e della Banca del Monte di Lugo (promossa nel 1541 come Monte di Pietà).

I settori nei quali opera la Fondazione lughese spaziano dagli interventi in favore della famiglia alla sicurezza pubblica, dalla ricerca scientifica e tecnologica alla cultura e ai lavori di pubblica utilità. Nell'ambito di questi settori, il Consiglio di indirizzo individua i più 'rilevanti' cui vengono destinate le risorse maggiori. Una politica che andrà sempre più accentuandosi. "Nel corso degli anni – spiega il presidente Atos Billi – la Fondazione ha

Consorzio delle Fondazioni Bancarie

354be

## La nostra Forza?



## Provare per credere!

# ORI

OFFICINE RIMORCHI INDUSTRIALI  
carrelli rimorchio piattaforme elettroidrauliche

Via Maddalena Venturi 19 - 48018 Granarolo Faentino (Ra) Italia  
Tel. +39.0546.41041 Fax +39.0546.41046 [www.ori.altini.com](http://www.ori.altini.com) [info@ori.altini.com](mailto:info@ori.altini.com)

# Un futuro di sicurezza

## Intervista a Mauro Siboni, responsabile commerciale di un'azienda leader nel campo dei sistemi di sicurezza.

### Signor Siboni cosa consiglia ai cittadini ravennati per aumentare i livelli di sicurezza delle proprie abitazioni?

Non mi limiterei a consigliare semplicemente un sistema d'allarme, ma bensì un sistema antifurto professionale, ovvero studiato secondo le esigenze e le abitudini di ogni singola famiglia, affinché questo risulti essere efficace, comodo e semplice da utilizzare.

Un tecnico competente della sicurezza sa bene che quando si progetta un impianto anti intrusione si deve tener conto non solo dei classici fattori di rischio (casa isolata, assenza prolungata dei proprietari, eccetera), ma è fondamentale personalizzare il sistema in base alle abitudini, le attitudini e le necessità di ogni singolo utente.

Questi accorgimenti permettono di realizzare un impianto "su misura", con tutti i vantaggi in termini di efficacia, di praticità e di economicità.

Consiglio quindi a tutte le famiglie di dotarsi di un valido impianto antifurto semplice da utilizzare, attivabile anche durante le ore notturne e magari collegato telefonicamente alle forze di Polizia.

### Ci sono delle novità in questo settore?

Le novità principali permettono di segnala-

re in anticipo l'intrusione, ovvero quando si è limitata alle aree esterne.

Per questo si sono perfezionati rilevatori a calpestio per aree cortilizie, barriere perimetrali per la difesa di giardini e sensori in grado di segnalare anche solo il tentativo di effrazione ai danni degli infissi esterni.

Inoltre i nostri nuovi impianti sono in grado di interagire con altri allarmi tecnici della casa (antincendio, antiaggancio, telecamere, ecc) permettendo una supervisione a distanza.

### Quali sono i costi di un valido impianto antifurto?

Dipende naturalmente dal numero di rilevatori e dagli accessori che si vogliono installare, come combinatori telefonici o rilevatori di calpestio per il giardino.

La grande diffusione di questi impianti ha fatto sì che si possa realizzare un impianto antifurto anche con soli 900,00 euro, usufruendo per quest'anno dell'agevolazione fiscale del 36%.

Mentre resta gratuito il collegamento telefonico alle Forze dell'Ordine.

Secondo Lei ci sono delle zone della città o del forese che necessitano maggiormente di un sistema di sicurezza?

Come noto le case isolate o in campagna sono ad alto rischio, ma sorprendentemen-

te abbiamo registrato il più alto numero di furti tra le villette a schiera sia in città, sia nel forese.

In queste realtà è bene collegare l'impianto antifurto ad un combinatore telefonico GSM, in grado di inviare le segnalazioni di allarme alla Polizia anche in caso di manomissioni alla linea telefonica.

### Come funziona, in breve, un sistema di videocontrollo?

Un sistema di monitoraggio televisivo è solitamente composto da una o più telecamere, da uno o più monitor e da un videoregistratore digitale che ha lo scopo di archiviare dei filmati.

I nuovi sistemi di videocontrollo hanno potenzialità sorprendenti con costi decisamente accessibili.

Recentemente abbiamo realizzato uno di questi sistemi in una profumeria, dove il titolare con un telefonino palmare si può collegare con il proprio negozio e vedere in diretta ciò che sta accadendo.

Tutti i nuovi impianti Tv che realizziamo sono, se si vuole, visionabili da remoto con un pc o tramite telefono palmare.

Il monitoraggio televisivo di aree esterne ed interne è uno dei settori della sicurezza che negli ultimi anni è stato caratterizzato dalle novità più interessanti.



*Un futuro di sicurezza!*

**Antifurto - Videosorveglianza - Antincendio**

**Fornace Zarattini (Ra) - Via Filippo Re, 27 - Tel. 0544.460370 - [www.rierimpianti.it](http://www.rierimpianti.it)**

sostenuto iniziative di vario tipo, da costosi progetti a contributi di importo relativo per la sopravvivenza di vari Enti. Ora si impone una maggiore attenzione verso i progetti di cambiamento. La Fondazione è orientata, da alcuni anni, a destinare maggiori risorse a questi progetti nella constatazione che il bene collettivo non può essere perseguito dal solo intervento pubblico o dai meccanismi favorevoli di mercato. Nel 2007 gli interventi a favore di progetti di rilievo hanno raggiunto il 59,22% del totale, quindi i contributi minori sono scesi al 40,78%. Ai tre settori rilevanti Arte, attività e beni culturali, Educazione ed Istruzione, Assistenza agli anziani, sono andati nel 2007 1.055.218 euro. Notevoli i contributi devoluti anche al volontariato, alla sanità, allo sport e ad altri settori per un totale complessivo, come si è detto, di 1,7 milioni.

#### Arte, attività e beni culturali

La Fondazione è intervenuta nel recupero di edifici e di oggetti di particolare rilevanza storico-artistica, nella promozione del teatro e della musica anche con studi e pubblicazioni propri. Da sottolineare in particolare: la prosecuzione dell'impegnativo progetto pluriennale di costituzione dell'Archivio delle immagini e delle fonti orali della Bassa Romagna; il recupero di patrimoni immobiliari storici in diversi Comuni della zona; il restauro di chiese e di edifici religiosi; il sostegno alle attività del Teatro Rossini; la realizzazione di pubblicazioni di particolare interesse storico.

351be



**fabbri**costruzioni  
edili • idrauliche • stradali



Fabbri Natale  
Via Bicocca n. 40  
48013 Brisighella (RA)  
Tel 0546 81 281  
Fax 0546 994 112

[www.fabbricostruzioni.it](http://www.fabbricostruzioni.it)  
[fabbri@fabbricostruzioni.it](mailto:fabbri@fabbricostruzioni.it)

“

**La Fondazione Cassa di Risparmio e Banca del Monte di Lugo è presieduta da Atos Billi. Rivolge principalmente la propria attenzione verso tre settori di grande rilevanza sociale**

”

#### Istruzione

Gli interventi della Fondazione hanno contribuito all'adeguamento degli standard tecnologici di numerosi istituti scolastici alle prese con la carenza di fondi pubblici. Significativi gli interventi per i lavori di ristrutturazione e di recupero delle scuole di Bagnara e di Giovecca; il proseguimento del sostegno al Centro Teledidattico Universitario, organizzato presso il Centro professionale dell'Istituto Sacro Cuore, in collaborazione con l'Università di Bologna.

#### Assistenza agli anziani

La Fondazione interviene in questo settore con contributi rilevanti sia per i servizi (assistenza e mensa anche a domicilio, integrazione rette per ospiti bisognosi di 'case protette') sia per il miglioramento delle strutture e delle dotazioni. Da segnalare l'impegno assunto verso la Ca' Vecchia di Voltana per il recupero dei locali e il progetto di assistenza, di servizi di mensa e di trasporto a domicilio da anni realizzato d'intesa con il Comune di Lugo. Nei 'settori non rilevanti' meritano attenzione gli interventi a favore del presidio ospedaliero di Lugo, i contributi erogati a numerose associazioni che operano in favore di fasce di popolazione in precarie condizioni economiche (un esempio è certamente dato dagli interventi in favore delle Case di accoglienza facenti capo all'Associazione Papa Giovanni XXIII). Poi i contributi a strutture sportive per i giovani, per l'allestimento del nuovo Consultorio prematrimoniale e familiare, il consueto sostegno al progetto 'Safe Style' che impegna ogni anno il Ser. T. (servizio territoriale) di Lugo, che fa capo all'Ausl di Ravenna, per la promozione di uno stile di vita corretto e lontano dall'uso delle droghe e delle sostanze stupefacenti anche tramite iniziative nazionali.

Contemporaneamente all'attività di grande attenzione alle esigenze sociali ed economiche del proprio territorio, la Fondazione della Cassa di Risparmio e Banca del Monte di Lugo è stata impegnata nella laboriosa valutazione di proposte di aggregazione avanzate da grandi gruppi nazionali come, ad esempio, UBI Banca e Banca Intesa. Le varie opzioni non hanno avuto seguito sia per la decisione delle Fondazioni proprietarie di non cedere la maggioranza di Unibanca sia, soprattutto, in considerazione dell'andamento attualmente non favorevole dei mercati finanziari.



# I problemi del Sangiovese di Romagna

di GIOVANNI CASADIO\*

**A**ll'inizio del 2009, anno in cui, molto probabilmente, la crisi economico-finanziaria epocale che sta interessando il mondo intero raggiungerà il suo punto massimo, può apparire fuorviante, se non superfluo, soffermarsi sui problemi specifici del Sangiovese di Romagna, che come tutti i vini dei maggiori Paesi produttori sta subendo i contraccolpi di questa crisi in termini di contrazione dei consumi – specie nel settore Horeca –, di aumento delle giacenze, di caduta generale dei prezzi alla produzione, di forte diminuzione degli investimenti tecnologici.

Ma i problemi che verranno qui esaminati preesistevano allo scoppio della crisi mondiale e sussisteranno all'indomani del suo superamento se non interverran-

no alcune modifiche negli assetti produttivi e commerciali di questo vino, che è stato e dovrà continuare ad essere uno dei simboli identitari della Romagna e che comunque è destinato a confrontarsi con un mercato sempre più globale e competitivo, con una concorrenza agguerrita e temibile, interna ed internazionale.

Una corretta analisi della situazione non può che partire dall'esame di alcuni dati oggettivi (vedi tabelle 1 e 2) riferiti alla vasta area di produzione che, come è noto, interessa i territori pedecollinari, collinari e di pianura (questi ultimi minoritari) situati, in linea di massima, a sud della Via Emilia nelle provincie di Bologna, Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini, i cui confi-



**ALBATROS**  
Ecologia - Ambiente - Sicurezza  
Società Consortile a r.l.

## SERVIZI ECOLOGICI e AMBIENTALI

Via Farneti, 5  
(zona Bassette) Ravenna  
Tel. 0544-456812  
Fax 0544-689140  
[www.albatros.ra.it](http://www.albatros.ra.it)

327be

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](http://www.colasvigilanza.it) • [colasvigilanza@libero.it](mailto:colasvigilanza@libero.it)

ni furono definiti nel decreto di riconoscimento della DOC del 1967, poi leggermente modificati nel 2008. Si tratta di elementi statistici forniti dai competenti uffici delle Camere di commercio alle quali sono state attribuite le funzioni di controllo e certificazione sia per ciò che concerne il rilascio delle ricevute delle uve che per quanto riguarda l'attività delle commissioni di degustazione.

Il dato più importante e nel contempo più preoccupante che emerge dalla tabella 1 è il divario enorme fra la produzione potenziale, quella cioè che sarebbe possibile ottenere dalla superficie iscritta all'albo dei vigneti (hl 465.681) e quella approvata e certificata dall'apposita Commissione di degustazione e quindi commercializzata come DOC (hl 106.403), con un rapporto pari al 22,9%; in tale contesto va pure sottolineato il gap con il dato della produzione denunciata e rivendicata DOC (hl 240.502), pari al 51,6% di quella potenziale, nonché il rapporto fra quella certificata dalla commissione e quella denunciata di cui sopra, pari al 44,2%.

Quest'ultimo dato sta a testimoniare un notevole ricorso all'autodeclassamento a vino da tavola operato da alcuni importanti produttori, finalizzato soprattutto

al sostegno dei prezzi di mercato della produzione più qualificata.

Approfondendo l'analisi a livello provinciale si può notare come il rapporto fra la produzione certificata e quella potenziale sia abbastanza omogeneo fra

le province di Ravenna (26,1), Forlì-Cesena (25,1) e Rimini (24,0), mentre per ciò che concerne Bologna siamo di fronte ad un dato assai anomalo, (6,6%) che meriterebbe un'ulteriore analisi.

Ai 106.403 hl di produzione DOC effettiva corrispondono teoricamente 14,2 milioni di bottiglie (1) che hanno come primo canale commerciale di riferimento la GDO seguito da quello HORECA (hotel, restaurant, catering) e dal segmento delle enoteche e dei wine bar.

L'export nei Paesi comunitari ed extra comunitari non è esattamente

quantificabile (non esistono dati statistici ufficiali al riguardo), ma si può stimare intorno al 10-12% che equivale a 1,5 milioni di bottiglie; su questo versante occorre concentrare gli sforzi di penetrazione commerciale stimolando tutte le opportunità di internazionalizzazione.

A livello di curiosità statistica è interessante rilevare

“  
**Tutti i vini dei maggiori Paesi produttori subiscono i contraccolpi della crisi in termini di contrazione dei consumi**  
”

296 be



**www.ctf-faenza.it**



Consorzio Trasporti Faenza  
Soc. Coop. p.a.

- Trasporti per l'edilizia, industria e agricoltura;
- Autocarri con gru;
- Gestione servizi ecologici;
- Gestione magazzini di stoccaggio e distribuzione
- Movimentazione silos
- Autocarri scarrabili;
- Noleggio cassoni a tenuta;
- Servizio di deposito merci
- Escavazioni e demolizioni;
- Movimento terra;
- Impianto di recupero macerie materiali inerti;
- Gestione e coltivazione cave



La Faentina S.r.l.

- Inerti e materiali per edilizia in genere;
- Pavimentazioni per interni ed esterni
- Isolanti termici ed acustici;
- Ampia ferramenta specializzata nell'edilizia;
- Posa in opera tetti in legno e coperture;
- Consulenza e preventivi gratuiti



Cooperativa Trasporti Faenza  
Soc. Coop. p.a.

- Trasporto merci in conto terzi;
- Servizio di distribuzione alle imprese
- Servizio di corriere;
- Facchinaggio
- Demolizioni con smaltimento eternit;
- Movimentazione scorte presso le aziende con relativi servizi collegati
- Gestione magazzini

**Sede Legale e Operativa:**  
Via Risorgimento n. 37 Faenza (Ra) - Tel. 0546 629811 - Fax 0546 629888 - ctf@ctf-faenza.it

# PublimediaItalia

## Primo player cinema lungo la riviera adriatica

Concessionaria di 110 tra le più belle sale della costa



www.publimediaitalia.com

Ferrara - Ravenna - Rimini - Pesaro  
Ancona - Macerata - Ascoli Piceno - Chieti - Perugia

**PUBLIMEDIA**  
ITALIA

INFOLINE ADVERTISING 800 862 220  
(numero verde)

**LA PUBBLICITÀ AL CINEMA È BELLA E FUNZIONA!**



che la produzione di Sangiovese di Romagna rappresenta il 3,5% di quella complessiva romagnola pari nel 2007 a 3 milioni di ettolitri, mentre il valore all'origine calcolato attraverso medie ponderate di prezzo basate su rilevazioni ISMEA e su nostre elaborazioni raggiunge il 9,2%.

Risalire alle cause delle difficoltà di mercato di questa apparentemente non esorbitante entità produttiva (tra l'altro assai ridotta, come si è visto, rispetto a quella potenzialmente possibile) è materia già ampiamente indagata – minor potere d'acquisto, concorrenza di prodotti similari, campagne anti-alcoliche, etc – e potrebbe risultare un esercizio quasi inutile insistervi, mentre invece appare sempre più necessario e purtroppo inevitabile operare, almeno nel breve periodo, per un'ulteriore riduzione dell'offerta contestualmente al miglioramento qualitativo ed alla destinazione al settore delle IGT di una maggiore quota di Sangiovese proveniente dalla zona DOC, evitando una corsa al ribasso dei prezzi che potrebbe compromettere l'equilibrio economico-finanziario di molte aziende.

L'insieme dei dati fin qui esaminati non è circoscritto al 2007, ma con valori più o meno simili ha caratterizzato tutto il passato del Sangiovese di Romagna, tanto che ormai è opinione condivisa definire tale situazione una crisi di eccedenza produttiva strutturale, rispetto alla quale sono state avanzate da parte degli operatori interessati una serie di proposte non sempre convergenti e comunque finora non risolutive.

A tal proposito va segnalata la meritoria costante azione unitaria svolta dal Consorzio vini di Romagna sia sul piano dei controlli qualitativi che su quello promozionale (partecipazione a fiere nazionali ed estere, organizzazione del master del Sangiovese solo per citare le più importanti) in una situazione obiettivamente difficile stante la necessità di conciliare interessi non sempre convergenti.

La prima decisione importante, è arrivata nell'agosto 2008 con l'approvazione del nuovo disciplinare di produzione che, in funzione dell'obiettivo qualità, ha introdotto alcune modifiche inerenti sia gli aspetti agronomici (densità minima di viti per ettaro), che quelli enologici (elevazione delle gradazioni alcoliche minime naturali ed al consumo per le varie tipologie).

A giudizio dello scrivente i problemi rimasti aperti ed insoluti riguardano:

- la necessità di una più marcata caratterizzazione in senso qualitativo delle aree produttive più vocate all'interno della vasta zona d'origine;
- la riduzione delle rese produttive ettariali soprattutto nelle aree di cui sopra;
- l'annosa questione se si debba privilegiare nella designazione del prodotto il nome geografico non clonabile da parte della concorrenza (Romagna) o quello del vitigno

(Sangiovese), ora più che mai clonabile a seguito della nuova normativa dell'Unione Europea, che in sede di approvazione della nuova OCM vino ne ha consentito l'uso anche per i semplici vini da tavola a partire dal prossimo 1° agosto, nonostante la forte opposizione dell'Italia e di altri Paesi produttori.

Sono comunque allo studio a livello nazionale, alcune ipotesi di salvaguardia dei nomi più tradizionali di vitigno da comprendersi in una lista non ancora ufficialmente nota e la possibilità di richiedere la DOCG per una ristretta zona di produzione all'interno di quella attuale.

Vediamo di valutare queste opportunità anche in relazione ai riflessi di ordine commerciale.

L'attuale zona d'origine, che spazia dalle colline imolesi fino a quelle riminesi, includendo anche aree di pianura, presenta caratteristiche pedoclimatiche no-

## Occorre caratterizzare in senso qualitativo le aree produttive più vocate e ridurre le rese

**TAB. 1 - I NUMERI DEL SANGIOVESE DI ROMAGNA - 2007**

PROVINCIA	SUPERFICIE ISCRITTA ALL'ALBO Ha (1)	PRODUZIONE POTENZIALE HL (2)	PRODUZIONE CERTIFICATA DA RIC. UVE HL (3)	% 3:2	PROD. CERTIF.DA COMMISSIONE DEGUSTAZIONE HL (4)	% 4:3	% 4:2
RAVENNA	1473	105320	55234	52,4	27487	49,8	26,1
FORLI'-CESENA	2871	205277	113849	55,5	51619	45,3	25,1
RIMINI	1372	98098	52616	53,6	23530	44,7	24,0
BOLOGNA	797	56986	18803	33,0	3767	20,0	6,6
TOT. ROMAGNA	6513	465681	240502	51,6	106403	44,2	22,9

tevolmente diverse; ne deriva una forte variabilità produttiva e qualitativa che si riflette inevitabilmente sul piano commerciale con prezzi al consumo che variano da poco più di un euro fino a punte estreme di 25-30 euro a bottiglia, con una prevalenza della fascia medio-bassa di 1-3 euro; si tratta evidentemente di forbici di prezzo troppo ampie per la medesima denominazione, che disorientano il consumatore, non fanno bene all'immagine del Sangiovese di Romagna, rendono poco credibile il disciplinare di produzione quale garante della qualità e poco trasparente il rapporto qualità-prezzo.

Appare quindi necessario ed auspicabile, come obiettivo di medio termine, riposizionare il Sangiovese di Romagna su fasce medie di prezzo più adeguate ai costi di produzione, puntando sull'innalzamento del livello qualitativo e su efficaci campagne promozionali.

La base di partenza per il raggiungimento di tale obiettivo non può che essere una revisione, o meglio una ristrutturazione della zona d'origine in senso restrittivo, riducendo progressivamente il gap fra produzione potenziale e certificata e quindi commercializzata, quale risulta ampiamente documentata dalla tabella qui riportata (vedi tab. 1).

D'altronde si è ben consapevoli del fatto che la riduzione della zona d'origine è difficilmente praticabile in quanto andrebbe a ledere i diritti acquisiti da parte dei produttori esclusi già iscritti all'Albo e tuttavia si potrebbero ottenere risultati pressochè equivalenti tramite:

- una rigorosa applicazione della normativa vigente relativa alla cancellazione dall'Albo di coloro che non utilizzano la DOC;
- un più severo controllo di conformità delle nuove denunce di iscrizione all'albo per ciò che concerne le caratteristiche pedoclimatiche dei terreni, i sesti di impianto e le rese ettariali;
- l'individuazione, la delimitazione e il riconoscimento di zone ridotte particolarmente vocate.

In effetti una prima qualificazione della zona d'origine

è già stata attuata alla fine degli anni 90 del secolo scorso con il riconoscimento all'interno della Romagna dei Colli di Imola, dei Colli di Faenza, dei Colli di Rimini, dei Colli della Romagna Centrale, tutte nuove DOC completate dalla designazione di una serie di vitigni bianchi e rossi fra i quali il Sangiovese (ad eccezione dei Colli di Rimini), il tutto all'interno di disciplinari qualitativamente più rigorosi. Tali denominazioni, peraltro ancora poco conosciute ed utilizzate, dovrebbero costituire nel loro insieme, in una concezione piramidale della qualità, la posizione intermedia rispetto alla larga base costituita dal Sangiovese di Romagna ed al vertice ristretto delle menzioni geografiche o sottozone (Bertinoro, Predappio, Castrocaro Terme, Oriolo, Marzeno etc.), per le quali si dovrebbe prevedere un disciplinare ancora più orientato alla qualità rispetto alle denominazioni intermedie.

Ma la proposta innovativa più radicale dell'intero sistema delle nostre denominazioni di origine è stata oggetto di un lungo e approfondito esame da parte di un'apposita Commissione di studio istituita dal Consorzio vini di Romagna e consiste essenzialmente nel definire un'unica denominazione geografica (Romagna) che dovrebbe sostituire ed assorbire quelle già riconosciute (Sangiovese, Trebbiano, Cagnina, Pagadebit di Romagna) seguita dall'indicazione del vitigno quale complemento della medesima; in tal modo si tendeva a rafforzare e privilegiare l'immagine complessiva di una regione rendendone più forte l'impatto comunicativo sul mercato ed evitando l'imitazione del nome, come avverrà sempre di più per le denominazioni a base di vitigno. Tale proposta, non da tutti gli operatori condivisa, con ogni probabilità è destinata a decadere qualora il Sangiovese di Romagna rientrasse, come si auspica e si ritiene ormai quasi certo, nella lista comunitaria delle denominazioni tradizionalmente utilizzate e quindi protette da qualsivoglia imitazione, come avverrà per vini quali Amarone, Brunello di Montalcino, Sagrantino di Montefalco, Gutturmo, Castelli di Iesi ed altri ancora.

158be

# CONFICCONI DANIELE

**Impianti elettrici civili e industriali**

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



Un'altra ipotesi da valutare ed approfondire, alternativa a quella delle menzioni geografiche, potrebbe essere quella di promuovere un'azione volta ad ottenere la DOCG, ovvero il massimo livello qualitativo, per il Sangiovese di una zona ristretta ad altissima vocazione vitivinicola, da individuarsi anche sulla base degli studi di zonazione già effettuati o in corso di effettuazione. Si tratta di un'ipotesi tecnicamente e giuridicamente fattibile già positivamente sperimentata dai vitivinicoltori abruzzesi che hanno ottenuto la DOCG per il Montepulciano d'Abruzzo - Colline Teramane, la quale coesiste con la DOC Montepulciano d'Abruzzo. Certo non sarà facile la delimitazione in Romagna della zona di maggior vocazione idonea per la DOCG, ma le difficoltà obiettive non devono impedire di studiare al meglio questa opportunità, che oltretutto potrebbe contribuire a sanare i contrasti più o meno latenti fra piccoli e grandi produttori.

#### Qualità e tipologie produttive

I parametri qualitativi del Sangiovese di Romagna hanno certamente fatto grandi progressi negli ultimi decenni in forza, soprattutto, del miglioramento del-

la selezione clonale, dell'affinamento delle tecniche agronomiche ed enologiche e degli investimenti in tecnologie effettuati da vignaioli preparati ed appassionati e da medio-grandi cantine tanto da ben figurare nei maggiori concorsi enologici a livello nazionale ed internazionale; tali progressi, tuttavia, non sono stati indifferenziati e non hanno avuto lo stesso livello di intensità. Esaminando la tabella n. 2 emerge chiaramente come la maggior parte del Sangiovese appartenga alle tipologie base (64,7%) e superiore (29,5%); la tipologia riserva, alla quale fanno riferimento i Sangiovesi con 2 anni di invecchiamento, ritenuti, a giusta ragione, di maggior pregio qualitativo e di maggior prestigio, con i suoi 3600 hl rappresenta appena il 3,4%, poco più di una nicchia di mercato riservata prevalentemente al settore della ristorazione, delle enoteche e dei wine-bar, ma con un'incidenza di fatturato sicuramente superiore al dato puramente quantitativo.

Mentre trascurabile è da considerarsi l'importanza della tipologia novello, appare evidente come la ricerca per una migliore caratterizzazione qualitativa in termini di fragranza floreale (i sentori di viola mammola), di piacevolezza, di equilibrio e di eleganza debba essere rivolta soprattutto alle prime due tipologie - rappresentative della quasi totalità del Sangiovese di Romagna - che potrebbero così avvalersi delle prevalenti nuove tendenze di consumo che privilegiano vini non troppo impegnativi o palestrati, come si usa dire oggi con linguaggio immaginifico, e con un buon rapporto qualità-prezzo da comprendersi in una fascia di prezzo al dettaglio di 3-5 euro la bottiglia.

*(1) In effetti, tenendo conto che una parte del Sangiovese di Romagna viene commercializzata allo stato sfuso (damigiane e taniche con cui i consumatori acquistano direttamente presso le aziende vitivinicole), tale numero va ridotto di circa il 5%.*

\* Componente Commissione di degustazione  
Camera di Commercio di Ravenna

**TAB. 2 - QUANTITATIVI APPROVATI DALLA COMMISSIONE DI DEGUSTAZIONE - 2007**

PROV	SANGIOVESE		SANG. SUPERIORE		SANG. NOVELLO		SANG. SUP. RISERVA*		TOT HL	RIPART. PROV. %
	BASE HL	%	HL	%	HL	%	HL	%		
RA	23802	86,6	3105	11,3	5	-	575	2,1	27487	25,8
FC	27714	53,7	19558	37,9	1868	3,6	2479	4,8	51619	48,5
RN	15535	66	6780	28,8	702	3	513	2,2	23530	22,1
BO	1789	47,5	1922	51	23	0,6	33	0,9	3767	3,6
TOT. ROM	68840	64,7	31365	29,5	2598	2,4	3600	3,4	106403	100

\* i dati di questa tipologia che prevede 2 anni di invecchiamento sono riferiti alla vendemmia 2005



**Pedalandò tra i sapori  
della nostra terra**

DI BARBARA NALDINI\*

**L**e Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena partecipano anche quest'anno, in collaborazione con Sportur srl di Cervia, società leader in Italia della vacanza attiva e del turismo sportivo, alla realizzazione del progetto "Enogastronomia e Turismo", che si svolgerà a Cervia, nell'ambito della manifestazione Sportur Bicycle Show in programma da domenica 29 marzo a domenica 5 aprile 2009, con lo scopo di valorizzare il territorio e l'enogastronomia locale.

Alcune considerazioni hanno stimolato la realizzazione di attività in questo settore.

Le eccellenze enogastronomiche del territorio, unite a quelle artistiche dei monumenti ed a quelle motivazionali legate allo sport, sono in grado di renderne insuperabile l'offerta turistica.

L'enogastronomia rappresenta dunque una nuova opportunità di sviluppo locale, in grado di completare l'offerta di un territorio, estendendo la stagione turistica tradizionale e attirando nuovi flussi di visitatori.

Sulla base di tali considerazioni, appare evidente che è diventato fondamentale riuscire a promuovere e divulgare l'offerta enogastronomica di eccellenza dei territori. L'Emilia-Romagna, ed in particolare il territorio delle province di Forlì-Cesena e di Ravenna, vanta in questo senso una dotazione unica, con un consistente patrimonio di offerta di grandi eccellenze, che devono essere valorizzate al massimo.

Da quattro anni si svolge a Cervia un appuntamento che riguarda il turismo sportivo, Sportur Bicycle Show, che è un vero festival della bicicletta ma che si rivolge a tutti coloro che amano la bici come occasione di divertimento all'aria aperta, al territorio e alla conoscenza dei sapori e delle tradizioni locali. Un evento unico nel suo genere che ha registrato nella scorsa edizione oltre cento espositori,

seimila partecipanti agli eventi e venticinquemila visitatori, confermandosi come l'appuntamento ciclistico più importante di inizio stagione.

Per questo, nel 2008 le Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena, hanno individuato nell'iniziativa Sportur l'ambito ideale per dare vita ad un progetto per la promozione dell'enogastronomia e dei prodotti tipici locali. Sono state coinvolte le

aziende produttrici locali delle due province, dando loro l'opportunità di esporre e vendere i propri prodotti nell'area espositiva di Sportur e organizzando una cena volta a promuovere la conoscenza e l'utilizzo dei loro prodotti da parte degli operatori turistici.

L'edizione 2009 di Sportur confer-

ma un programma di eventi sempre più legato al territorio, con iniziative volte a divulgare la tradizione enogastronomica locale, per portare avanti la collaborazione instaurata con le due Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena nel 2008.

Nei giorni dal 3 al 5 aprile Sportur allestirà una ricca area espositiva che occuperà per oltre un km il Lungomare di Cervia, in cui, oltre ad uno spazio dedicato alle aziende tecniche del mondo della bici, sarà presente anche un'area interamente dedicata all'enogastronomia, con l'esposizione e la vendita dei prodotti da parte delle aziende agricole ed artigiane dell'entroterra di Forlì-Cesena e di Ravenna, individuate dalle due Camere di Commercio.

I produttori, presenti personalmente, potranno

non solo pubblicizzare il proprio marchio, ma illustrare ai presenti le caratteristiche che rendono unici i propri prodotti, farli degustare e fornire tutte le indicazioni per l'acquisto.

Il secondo momento dedicato all'enogastronomia sarà la serata di degustazione

## “ Il turismo sportivo incontra l'enogastronomia ”





Tanti prestiti  
da gestire?  
**Monorata**  
può aiutarti.

Informati qui.



**CASSA DEI RISPARMI  
DI FORLÌ E DELLA ROMAGNA**

**Vicini a voi.**

Messaggio Pubblicitario con finalità promozionale. Per le condizioni contrattuali fare riferimento ai Fogli Informativi disponibili in Filiale. La concessione dei finanziamenti è subordinata all'approvazione della Banca.

[www.astraecologia.com](http://www.astraecologia.com)

[info@astraecologia.com](mailto:info@astraecologia.com)

355bc



**SERVIZI INTEGRATI PER L'AMBIENTE**

- Trasporto rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi
- Svuotamento e lavaggio cassonetti RSU
- Noleggio cassoni scarrabili da 2 a 40 mc
- Noleggio bagni chimici SEBACH per cantieri edili e manifestazioni
- Smaltimento rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi
- Espurgo fosse biologiche disintasamento fognature e caditoie
- Videoispezione fognature con registrazione in CD-ROM o VHS
- Riparazione non traumatica di condotte da Ø 80 a 700 mm
- Smaltimento e recupero RAEE
- Smaltimento rifiuti provenienti da cantieri edili
- Gestione discariche
- Gestione ripristini ambientali



ASTRA S. Cons. a r.l. - Via Deruta,13- 48018 Faenza (RA) - Tel 0546.607088 - Fax 0546 607087

dal titolo "Pedalando tra i sapori della nostra terra", esclusivamente a base di prodotti tipici locali, che si svolgerà martedì 31 marzo, all'interno della tecnostuttura Palasportur, allestita per l'occasione presso la spiaggia libera di Cervia.

Un'esclusiva serata condotta da un sommelier A.I.S. esperto di enogastronomia, che ha consentito agli invitati di gustare cibi e vini tipici del territorio, messi a disposizione delle aziende locali delle Province di Forlì-Cesena e di Ravenna.

Alcuni prodotti del nostro territorio che non potranno mancare nel menù della serata saranno l'olio di Brisighella, il sale di Cervia, il vino, la mora romagnola, il pane tipico e la piadina artigianale, il miele e le confetture ed altri ancora.

Alla cena sono stati invitati i principali operatori turistici del territorio oltre ad un'autorevole selezione di giornalisti della stampa e televisione nazionali.

Il progetto potrà avere una positiva ricaduta sul territorio locale, consentendo la promozione dei prodotti enogastronomici di eccellenza



delle province di Forlì-Cesena e di Ravenna non solo alle migliaia di turisti e visitatori presenti a Cervia dal 29 marzo al 5 aprile ma anche fra i ristoratori ed albergatori romagnoli, che potranno a loro volta farli scoprire e gustare ai propri clienti.

\* Responsabile Servizio Promozione  
Camera di Commercio di Ravenna

# Brevetti e registrazioni, quante curiosità

di **FABIOLA LICASTRO** e **LICIA CHERICI** \*

**L**a brevettazione e la registrazione sono due strumenti messi a disposizione dalla normativa nazionale vigente per tutelare la proprietà industriale, secondo quanto stabilito dal Decreto Legislativo n.30 del 10.2.2005, noto come "Codice della Proprietà Industriale".

Sono oggetto di brevettazione le invenzioni, i modelli di utilità e le nuove varietà vegetali; sono oggetto di registrazione i marchi, i disegni e modelli, questi ultimi denominati in passato modelli ornamentali. Nell'ambito delle diverse iniziative di promozione intraprese dalla Camera di Commercio sul tema e sulla diffusione della tutela della progettualità e dell'inventiva delle imprese e dei cittadini, e per dare maggior rilievo a queste opportunità, vengono pubblicati, nei prospetti che seguono, i dati salienti relativi alle domande per brevetto di modelli di utilità ed alle domande per registrazione di disegni e modelli industriali (design industriale), presentate nell'anno 2007 allo sportello Brevetti e Marchi della Camera di Commercio di Ravenna.

Secondo l'articolo 82 del Codice della Proprietà Industriale, "possono costituite oggetto di brevetto

per modello di utilità i nuovi modelli atti a conferire particolare efficacia o comodità di applicazione o di impiego, a macchine, o parti di esse, strumenti, utensili od oggetti di uso in genere, quali i nuovi modelli consistenti in particolari conformazioni, disposizioni, configurazioni o combinazioni di parti".

Quindi, mentre l'invenzione è la soluzione di un problema tecnico prima irrisolto o risolto in maniera non soddisfacente, che dà origine ad un nuovo prodotto o procedimento, il modello presuppone qualcosa di già esistente, a cui però si apporta particolare efficacia o comodità di applicazione o di impiego.

I requisiti sono gli stessi del più noto e più diffuso brevetto per invenzione: novità, originalità o attività inventiva, industrialità e liceità, tenendo presente che la novità o l'originalità devono essere riferite alla particolare efficacia di applicazione o comodità d'impiego e che si concretizzano nella realizzazione di accorgimenti, modifiche e/o adattamenti particolari, atti a rendere più efficace l'applicazione o l'impiego di un oggetto d'uso del quale già si conosce l'esistenza. L'aspetto innovativo è quindi fondamentale.

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](http://www.zoliezoffoli.it)  
email: [info@zoliezoffoli.it](mailto:info@zoliezoffoli.it)

1955-2005  
50

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



## DOMANDE DI BREVETTO PER MODELLO DI UTILITÀ DEPOSITATE NELL'ANNO 2007

NR	TITOLO	RICHIEDENTE	RAPPRESENTANTE
1	Deviatore pneumatico di flusso	Cepi Srl	Micali Aldo
2	Reggibottiglia reclinabile	Cem Industries Srl	Micali Aldo
3	Paraluce per telefoni cellulari, palmari, lettori Mp3 ed apparecchi simili	Naldi Alis	Micali Aldo
4	Presa d'aria	Placci Alessandro	
5	Sistema di bicchieratura di tubi corrugati in materia plastica con manicotto esterno iniettato e munito di sede porta guarnizione	Ipm di Argnani Claudio	
6	Contenitore impilabile e trasformabile	Karilpack di Candido Vincenzo	Micali Aldo
7	Attacco rapido per i braccetti a sporgere delle tende avvolgibili da esterni	Altema Srl	Micali Aldo
8	Gancio perfezionato per tende avvolgibili da esterni	Altema Srl	Micali Aldo
9	Apparecchio Refrigeratore e riscaldatore	Soldati Denis	Micali Aldo
10	Sistema di comando di superfici piatte o concave che sono in grado di sfruttare l'energia idrodinamica di correnti di acqua ai fini della produzione di energia meccanica attiva	Brighi Paolo	
11	Sistema di molleggio anatomico per letti, sedili e schienali	Il Benessere Sas di Ferrini Gianluca e.c.	Micali Aldo
12	Sistema di apertura e chiusura di una o più vele, sostenute da un pallone aereostatico, che sono in grado di captare l'energia cinetica del vento		Brighi Paolo
13	Macchina per la finitura delle banchine stradali	Lusa Claudio	Micali Aldo
14	Movimento epicicloidale e relativo meccanismo per incrementare il momento torcente esercitato dal ciclista sull'albero di trasmissione delle biciclette	Meleti Marco	Micali Aldo
15	Accorgimenti e mezzi per la potatura delle viti nei filari a spalliera e per la simultanea raccolta meccanizzata dei tralci tagliati	Rinieri Srl	Micali Aldo
16	Macchina per retinare cestini di frutta e ortaggi	Antonacci Nicola	Micali Aldo
17	Centralina per Impianti aspirapolvere centralizzati	General D'aspirazione di Bianchi Fausto & C Sas	Micali Aldo
18	Contenitore per alimenti	Pragmagest Srl - Fabbri Luciano	Micali Aldo
19	Involucro delle dimensioni di un materasso da letto, in lattice naturale, o in gomma equivalente per soggetti non tolleranti al lattice, da riempire in sabbia o acqua, o entrambi, per dormire, per massaggi, per meditazione, in casa o in centri benessere e medici	Grippaldi Aldo	
20	Macchina tosaerba combinata a falce e a filo	Brighi Loris	Micali Aldo
21	Dispositivo di protezione dal sole di una vettura in sosta	Argnani Claudio - Costa Alessandro	
22	Perfezionamenti nei contenitori in plastica per prodotti alimentari	Pragmagest Srl - Fabbri Luciano	Micali Aldo
23	Accorgimenti antiscivolo per soles di calzature	Suofificio Romagnolo Snc di Lama Ettore & C.	Micali Aldo
24	Apparecchiatura per i trattamenti in polvere igienici e odorizzanti dei cassonetti per la raccolta dei rifiuti allo svuotamento nei compattatori e dei compattatori stessi	Giomi di Benedetti Ambres	
25	Dispositivo per scaricare agevolmente i pacchi dai carrelli di trasferimento	Cavina Alessandro	Micali Aldo
26	Perfezionamenti nei supporti modulari per scale componibili	Rintal Spa	Micali Aldo
27	Tettuccio modulare a scomparsa	Ghiddi Quinto	
28	Dispositivo per ottimizzare il funzionamento del Tomtom Rider sul supporto originale e per la messa in sicurezza dello stesso	Cricca Roberto Albino	
29	Battello a più scafi con propulsione manuale	Raffuzzi Mirco Armando - Mirco Martini	
30	Cuffia passacavi o soffietto di facile montaggio con all'interno anelli rigidi di sostegno	Ceredi Di Ceredi Giovanni & C Snc	
31	Sistema di prelievo per distributori automatici di merci varie	Valentini Srl	Micali Aldo
32	Illuminatore laser ad alto contrasto per microscopia ottica	Giatti Mario	
33	Accessorio per fissaggio motori fuoribordo in specchi di poppa in vetroresina o compositi	Ceredi Di Ceredi Giovanni & C Snc	
34	Dispositivo di bloccaggio della leva del cambio automatico e sequenziale degli autoveicoli	Randi Renzo - Palli Alessandro	Micali Aldo
35	Metodo e mezzi per il fissaggio e la regolazione in opera delle porte scorrevoli	Alfa Lum S.A.	Micali Aldo
36	Straccio umidificato con sistema idraulico/elettronico utilizzante vaporizzatori Interni e compressore idraulico	Buseghin Giulio	
37	Accorgimenti e mezzi per isolare il battiscopa o altro rivestimento verticale dai suoni impattivi emergenti da un sottostante pavimento galleggiante	Torelli Tecno Posa di Torelli Tiziano	Micali Aldo
38	Serra fotovoltaica	Magnani Paolo - Marras Daniele - Fanni Francesco	
39	Sistema cerebrospinale aziendale	Martini Luca	

## DOMANDE DI BREVETTO PER MODELLO ORNAMENTALE DEPOSITATE NELL'ANNO 2007

NR	TITOLO	RICHIEDENTE	RAPPRESENTANTE
1	Deposito multiplo comprendente una poltroncina girevole per ufficio, un fusto per poltroncine girevoli ed un elemento di sostegno per pannelli-schienaie registrabili	Rexsitt Italia s.r.l.	Micali Aldo
2	Bottiglia in pet da 1 litro per il confezionamento di olio ad uso alimentare	Bunge Italia spa	
3	Deposito multiplo comprendente venti distributori automatici a gettone	Valentini srl	Micali Aldo
4	Tavolino hi-tech	Maltoni Alessandra	
5	Modello di formella decorativa con raffigurazione religiosa in bassorilievo	Battistini Stefano	Micali Aldo
6	Orecchino Gio' - gioiello	Paesini Giovanna	
7	Imboccatura a becco x saxofono	Costa Tiziano - Costa Julian	Micali Aldo
8	Borsa	I cesaretti snc di Cesaretti Paolo & c	Roncuzzi Davide
9	Scatola del pensiero positivo - contenitore per filtri di infusione caratterizzato da una frase incompleta che ritrova risposta sui singoli filtri tale da determinare un pensiero positivo per la giornata	Cavallucci Elena	
10	Deposito multiplo di tredici modelli comprendenti una gamba metallica per tavoli, tre tavoli che utilizzano tale gamba, una sedia, tre poltroncine e cinque mobili per cucina	Targa Italia srl	Micali Aldo
11	Deposito multiplo di dieci modelli comprendenti un modulo componibile per paralumi di lampade, sei lampade realizzate con tale modulo e tre lampade regolabili in altezza	Esposito Pietro	Micali Aldo
12	Deposito multiplo di diciassette elementi per l'erogazione della birra ed altre bevande alla spina di cui dieci colonnine da banco, due rubinetti e cinque griglie raccogliacqua	Cem industries srl	Micali Aldo
13	Deposito multiplo di quattro biciclette e di tre portapacchi da manubrio	Bernardi componenti per ciclo srl	Micali Aldo

Anche dal punto di vista giuridico, i due tipi di brevetto conferiscono esattamente gli stessi diritti: facoltà di attuare, usare, produrre e commerciare nel territorio nazionale l'oggetto del brevetto in esclusiva, con la facoltà dunque di impedire ad altri non autorizzati di fare altrettanto. C'è una differenza di durata fra il brevetto per invenzione (20 anni) e il modello di utilità (10 anni).

I disegni e modelli, denominati in passato modelli ornamentali, sono invece trovati che conferiscono a prodotti industriali uno speciale ornamento, grazie ad una particolare forma o combinazione di linee, colori o altri elementi.

Secondo l'articolo 31 del suddetto Codice, "possono costituire oggetto di registrazione come disegni e modelli l'aspetto dell'intero prodotto o di una sua parte quale risulta, in particolare, dalle caratteristiche delle linee, dei contorni, dei colori, della forma, della struttura superficiale ovvero dei materiali del prodotto stesso ovvero del suo ornamento, a condizione che siano nuovi ed abbiano carattere individuale". Per prodotto si intende qualsiasi oggetto industriale o artigianale, compresi anche i componenti che devono essere assemblati per formare un prodotto complesso, gli imballaggi, le presentazioni, i simboli grafici e caratteri tipografici, esclusi i programmi per elaboratore.

Per questa tipologia, oltre alla novità, altra caratteristica fondamentale che si deve riscontrare, è il carattere individuale: con il design si può proteggere la forma di un prodotto, non importa che detta forma sia bella o brutta, trattandosi di concetti relativi, ma

è sufficiente che essa abbia un carattere individuale, ovvero che per le sue caratteristiche si differenzi da tutte le altre. Oltre alla forma del prodotto si può registrare anche un disegno, una decorazione o qualsiasi altro elemento bidimensionale.

Il design tutela gli aspetti non tecnici del prodotto, la protezione offerta riguarda gli elementi esterni, decorativi ma anche gli aspetti pratici, per questo motivo, una volta si parlava di "speciale ornamento" conferito al prodotto, da cui il nome di "modello ornamentale".

La tutela del design sta diventando sempre più importante in quanto è spesso la forma a giocare un ruolo fondamentale nel successo di un prodotto.

Per ulteriori dettagli sui servizi e sull'attività dello sportello Brevetti e Marchi della Camera di Commercio di Ravenna (istruzioni, modulistica, diritti, ecc.) è possibile consultare il sito camerale all'indirizzo [www.ra.camcom.it](http://www.ra.camcom.it), nella parte dedicata ai brevetti e marchi.

Per informazioni sulle ricerche di anteriorità, nazionali, europee ed internazionali, consultare il sito dell'Azienda Speciale Eurosportello, indirizzo [www.ra.camcom.it/eurosportello](http://www.ra.camcom.it/eurosportello), il cui Ufficio Innovazione è membro della Rete Europea PAT LIB-PIP (Patent Information Point - Punto di Informazione Brevettuale).

\*Servizio Statistica, Prezzi, Protesti,  
Brevetti e Marchi  
Camera di Commercio di Ravenna



Provincia di Ravenna  
Centri per l'impiego

[www.lavoro.ra.it](http://www.lavoro.ra.it)

nel **2007**  
**4814** richieste di personale  
**7517** posti di lavoro

**SE CERCHI  
PERSONALE HAI FATTO  
CENTRO**

Scopri i nostri servizi gratuiti su misura per la tua impresa!  
Il nostro team seleziona i candidati più adatti alla tua azienda con una ricerca in banca dati, pubblica i tuoi annunci di lavoro sulla stampa locale e su Internet, offre consulenza sugli incentivi alle assunzioni.

Centro per l'impiego di Ravenna, via Teodorico, 21 tel. 0544 608001  
[aziende.ravenna@mail.provincia.ra.it](mailto:aziende.ravenna@mail.provincia.ra.it)

Centro per l'impiego di Faenza, via Donati, 11 tel. 0546 600611  
[aziende.faenza@mail.provincia.ra.it](mailto:aziende.faenza@mail.provincia.ra.it)

Centro per l'impiego di Lugo, piazzale Carducci, 16 tel. 0545 216211  
[aziende.lugo@mail.provincia.ra.it](mailto:aziende.lugo@mail.provincia.ra.it)

336bc

**scala**<sup>TM</sup>  
progetto per il pulito

*Emozioni che si tramandano*



*Oltre 60 anni di pulito e di storie da raccontare.*

La sicurezza del pulito di Scala si tramanda di generazione in generazione.

Riscopri la sensazione di un candido bucato asciugato in una verde natura con Scala Lavatrice Freschezza Verde.



[www.decoindustrie.it](http://www.decoindustrie.it)



L'UNIONE FA LA FORZA.  
OGGI PIÙ CHE MAI.



#### Sede

Piazza Bernini, 6  
48100 Ravenna  
Tel. 0544.280211  
Fax 0544.270210  
E-mail: [apira@pmi-gate.org](mailto:apira@pmi-gate.org)

#### Delegazione

Via Fiumazzo, 46/4  
48022 Lugo (Ra)  
Tel. 0545.288700  
Fax 0545.287745



[www.pmi-gate.org](http://www.pmi-gate.org)

Associazione Piccole e Medie Industrie  
della Provincia di Ravenna