

bollettino
ECONOMICO

SYSTEMA



Camera di Commercio
Ravenna

ANNO LXIV > N. 2 > GIUGNO 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.



Ecco il Terminal Crociere

Operativo dalla prossima primavera
lo scalo di Porto Corsini
dedicato all'importante
segmento turistico



APPROFONDIMENTI:
VII Giornata dell'Economia

NAUTICAMED,
GRANDE
SUCCESSO

SETTIMANA
EUROPEA
DELLE PMI

LA FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI RAVENNA

DONNE
CON
LA VALIGIA

scala
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.

Rendi più piacevole un'abitudine quotidiana con Scala Piatti concentrato Limone ed Agrumi. Efficace e veloce sullo sporco. Delicato sulle mani.



www.decoindustrie.it





Camera di Commercio
Ravenna

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



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

- firma digitale, 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 2 giugno 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 Venturelli, Danilo Zoli

Segreteria di redazione

Alessandra Del Sordo

Tel. 0544 481404 Fax 0544 481407

alessandra.del.sordo@ra.camcom.it

Hanno collaborato a questo numero:

Licia Chierici, Cristina Franchini, Pina Macri,

Giuseppe Olmeti, Paola Saiani, Francesca Triossi,

Giampaolo Zoffoli

Foto

Camera di Commercio di Ravenna,

Unione Prodotto Costa, Fabrizio Zani

Coordinamento redazionale

Mistral Comunicazione Globale sas

di Venturelli M. Vittoria e C.

Progetto grafico

Tuttifrutti - Ravenna

Impaginazione e fottolito

Full Print - Ravenna

Pubblicità



P.zza Bernini 6 - Ravenna

Tel. 0544 511311 Fax 0544 511555

info@publimediaitalia.com

www.publimediaitalia.com

Iscrizione R.O.C. 3083

Stampa

Tipografia Moderna - Ravenna

Direzione e amministrazione

Viale Farini, 14 - 48100 Ravenna

Tel. 0544 481311

Fax 0544 481500 c.p. 370

www.ra.camcom.it

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

Ufficio Studi

Camera di Commercio di Ravenna

fax 0544 481500

studi@ra.camcom.it

Semplici gesti per creare un'azienda competitiva.



mosaico
l'armonia dei processi aziendali

L'ERP diffuso nelle aziende dinamiche.

Mosaico è il software gestionale pensato per le piccole e medie imprese e particolarmente indicato nei settori industria, distribuzione e servizi. Fornisce un supporto qualificato per monitorare le prestazioni aziendali in termini di controllo costi, customer care, apertura a nuovi mercati e sviluppo di una corretta comunicazione aziendale.

Da oltre 20 anni curiamo i clienti, facendo crescere le nostre applicazioni e le aziende che le hanno scelte.

- Amministrazione e Finanza
- Gestione Commesse
- Contabilità analitica e industriale
- Vendite, Acquisti, Magazzini
- Produzione
- Risorse Umane e Payroll
- Fatturazione Elettronica
- Conservazione sostitutiva
- Gestione elettronica documentale

Via S. Cavina, 7 48100 - Ravenna
Tel. +39 0544.5031 Fax +39 0544.461697
marketing.aziende@datamanagement.it
www.datamanagement.it



Data Management



GIUGNO 2009

- > 5 < **EDITORIALE**
Banche e credito di **GIANFRANCO BESSI**
- > 8 < **NAUTICA**
Incontri d'affari con NauticaMed World
di **GIOVANNI CASADEI MONTI** e **PINA MACRÌ**
- > 13 < **PORTUALITÀ**
Il terminal crociere operativo tra un anno
- > 15 < La riconversione dell'ex Sarom
- > 16 < **IMPRESE**
La prima settimana europea delle PMI: un bilancio
di **FRANCESCA TRIOSI** e **PAOLA SAIANI**
-  **APPROFONDIMENTI**
VII Giornata dell'Economia
- > 30 < **FONDAZIONI BANCARIE**
Al servizio del territorio
- > 33 < **NORMATIVA**
L'abolizione del libro soci per le s.r.l. di **CRISTINA FRANCHINI**
- > 34 < **LAVORO**
La guida al facchinaggio di **PIERPAOLO ZOFFOLI**
- > 36 < **TURISMO**
L'unione fa il turismo di **BARBARA NALDINI**
- > 38 < **ANALISI**
Economia in movimento nel territorio faentino di **GIUSEPPE OLMETI**
- > 41 < **EVENTI**
Donne con la valigia di **MARIA ELISABETTA GHISELLI**
- > 43 < **L'ANGOLO DI ARCHIMEDE**
Marchi internazionali di **FABIOLA LICASTRO** e **LICIA CHERICI**
- > 46 < **SERVIZI**
Carta dei servizi turistici. Ecco i Bed & Breakfast
di **PIERPAOLO ZOFFOLI**

Sicurezza • Comfort • Isolamento acustico • Caldo d'inverno • Fresco d'estate

È PER LORO CHE VUOI IL MEGLIO.

Ti
Basta
Tutto?



WWW.PUBLIMEDIA.ITALIA.COM

■ **TBT Porte e finestre:** da sempre i migliori prodotti uniti ad un servizio, chiavi in mano, senza paragoni: dalla progettazione all'installazione, al disbrigo di tutte le pratiche burocratiche, a tutto quel che vi serve. E a prezzi davvero interessanti.



da 40 anni il Massimo di Qualità e Servizio

■ RAVENNA / Via A. Grandi, 25 / Tel. 0544.450363 ■ LUGO / Via Card. Bertazzoli, 7 / Tel. 0545.33485

Internorm ballan Dierre luadiporte G-ROFOLI Impronta SCRIGNO SilentGloss somfy VELUX



Fin dai primi contraccolpi della crisi economica sul nostro sistema produttivo, le banche hanno assunto un ruolo di primo piano.

Nelle diverse riunioni del Tavolo dell'economia gli istituti di credito sono stati individuati come uno dei principali elementi sui quali fare leva per sostenere le aziende alle prese con problemi di liquidità. Alle banche, soprattutto a quelle locali, è stato chiesto di supportare il sistema imprenditoriale, naturalmente tenendo conto che gli istituti creditizi non sono società no profit, ma devono comunque produrre utili, anche se con un'attenzione verso il territorio.

Ogni richiesta di finanziamento presentata alle banche viene analizzata con la lente di ingrandimento, ma il sistema imprenditoriale ravennate si conferma sano e rispettoso delle scadenze. In provincia di Ravenna cresce la sofferenza delle famiglie (sia consumatrici che produttrici), ma quella delle imprese si mantiene relativamente sotto controllo. Secondo stime degli istituti di credito locali, sarebbe inferiore all'1%, mentre cresce in Emilia e a livello nazionale supera il 3%.

In questo contesto si esalta il ruolo dei Confidi, sostenuti in prima persona proprio dalla Camera di Commercio che, raccogliendo le preoccupazioni provenienti dai settori dell'imprenditoria locale e dal mondo associativo, soprattutto

in merito alla stretta creditizia che ha caratterizzato questa crisi economica, ha previsto per il 2009 risorse complessive pari a oltre 1 milione e trecentomila euro, circa 200.000 euro in più rispetto al 2008.

I Confidi rappresentano un partner deciso per piccole e medie imprese. I Confidi si pongono infatti come 'garanti' delle imprese, svolgendo attività di prestazione di garanzie nei confronti delle banche per agevolare l'accesso ai finanziamenti, a breve medio e lungo termine.

I consorzi fidi agiscono su più fronti, tutti strategici per restare competitivi. Garantiscono il sostegno agli investimenti e all'innovazione, il consolidamento della struttura finanziaria aziendale mediante il trasferimento delle passività da breve a medio, la realizzazione di investimenti aziendali eseguiti e/o da eseguire vincolato all'aumento di mezzi propri, la promozione di nuove iniziative imprenditoriali, l'internazionalizzazione del sistema produttivo finalizzata alla penetrazione dei mercati esteri.

Il loro ruolo e la loro capacità di negoziazione e di relazione col sistema bancario si è sempre tradotto in possibilità di credito a costi contenuti, in nuove forme di finanziamento dei fabbisogni delle imprese e di consulenza finanziaria e di orientamento.

I confidi riescono a valutare le pro-

spettive di sviluppo territoriali e di settore e ad ottenere una serie di informazioni sull'azienda e sulla sua reputazione, in virtù del rapporto di fiducia che normalmente s'instaura tra confidi ed associato. Essi svolgono, quindi, una funzione di ponte tra le imprese e gli intermediari bancari.

Si tratta di un ulteriore contributo per rendere trasparente il rapporto tra banche e consumatori.

Gianfranco Bessi, Presidente della Camera di commercio di Ravenna





Incontri d'affari con NauticaMed World

DI GIOVANNI CASADEI MONTI* E PINA MACRÌ**

La sesta edizione di NauticaMed World è stata inaugurata all'Almagià di Ravenna il 21 maggio scorso con l'inizio di due giorni intensissimi di incontri d'affari bilaterali tra le imprese italiane ed estere. È proseguita con il workshop tecnico su "Innovazione e tecnologia nel design nautico" presso l'Autorità Portuale di Ravenna dove ingegneri, architetti e designer nautici si sono confrontati sul tema del design innovativo come leva per il mantenimento della competitività della nautica italiana nel mondo. Si è conclusa infine con la visita del porto turistico internazionale di Marina di Ravenna e la conoscenza diretta in azienda di alcune tra le principali realtà nautiche del nostro territorio.

La scelta dei Paesi

L'edizione 2009 si è concentrata sull'apertura di rapporti di cooperazione con quattro Paesi-obiettivo.

Argentina: dopo l'intensa attività delle edizioni passate della manifestazione svolta sul Brasile, la scelta dell'Argentina è maturata nella logica

di continuare a monitorare l'emergente mercato nautico dell'America Latina. Inoltre dalle verifiche tecniche realizzate dagli uffici dell'Istituto per il Commercio con l'Estero, è emerso come nel Paese latinoamericano la graduale ripresa economica e sociale degli ultimi anni abbia ridato impulso al settore, sebbene sia ancora abbastanza limitato il numero dei cantieri presenti nel Paese, la maggior parte dei quali tuttavia importa dall'estero tra il 40% e il 70% degli accessori, degli impianti e dell'arredamento necessari per completare uno yacht.

Russia: Nel settore degli yacht di lusso la presenza dei produttori italiani è emergente insieme a quella britannica e sta lentamente conquistando posizioni e popolarità a scapito soprattutto della produzione americana. La preferenza accordata ai prodotti italiani dipende principalmente dalla qualità del design. Nel 2006 l'Italia si collocava al secondo posto con il 16% delle importazioni russe espresse in valuta dopo gli Stati Uniti d'America (26%) e davanti al Canada (15%).

Sud Africa: 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 in relazione alle rifiniture e alla tecnica di navigazione, dell'affidabilità e durata dei prodotti.

Dal 1994 ad oggi la produzione nautica sudafricana ha registrato un tasso di crescita del 120% e di conseguenza un segmento economico tipico del tempo

libero è diventato oggi un forte settore esportativo con un fatturato complessivo di circa 1,4 miliardi di Rand (circa 120 milioni di euro). L'85% di quest'ultimo viene esportato, prevalentemente sui mercati degli Stati Uniti e dei Caraibi, e l'ulteriore 15% destinato al mercato interno. Il paese sta sviluppando punte di eccellenza nella produzione di barche a vela, catamarani, barche per la pesca d'altura, kayak e gommoni.

Stati Uniti: 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 cantieri statunitensi presenti a Ravenna nel 2008 avevano potuto rimarcare l'efficacia dell'iniziativa che aveva permesso di entrare in contatto con nuovi e qualificati potenziali fornitori italiani presenti agli incontri bilaterali d'affari.

L'edizione 2009

Gli incontri tra le imprese dell'edizione 2009, i cosiddetti B2B che costituiscono il fulcro dell'iniziativa, sono stati caratterizzati dalla presenza di 54 aziende provenienti da tutta Italia che si sono alternate in due giorni di trattative con i 16 operatori esteri presenti a Ravenna, realizzando complessivamente quasi 500 incontri d'affari.

L'aumento delle aziende partecipanti all'edizione 2009 può essere interpretato anche come la volontà del sistema imprenditoriale di reagire alla difficile

“
La sesta edizione apre ad Argentina, Russia, Sud Africa e Stati Uniti confermando il valore della manifestazione
”



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



➤ situazione congiunturale che attraversa il settore nautico. La spinta verso l'estero sotto-linea come vi sia nelle nostre aziende il know how e la capacità per collaborare e competere sui principali mercati internazionali.

Le delegazioni estere che sono risultate più interessanti e dinamiche per gli operatori italiani sono state quella argentina e sudafricana, entrambe rappresentate da cantieri di piccole dimensioni ma in espansione. Gli operatori russi presenti a Ravenna erano principalmente importatori e dealer, mentre il numero della delegazione statunitense si è

drasticamente ridotto a causa della forte crisi che sta investendo negli Stati Uniti anche il comparto nautico.

Dall'analisi dei questionari di valutazione emerge che quasi il 70% delle aziende partecipanti ha iniziato trattative che potrebbero avere un esito positivo, di carattere prevalentemente commerciale e principalmente con operatori provenienti dal Sud Africa e dall'Argentina.

Il format organizzativo previsto da Nautica Med World è in genere apprezzato dalle nostre aziende poiché la concentrazione degli incontri in un'unica giornata e l'ampio ventaglio di Paesi obiettivo consente in poco tempo e con limita-

“

**54 aziende
provenienti da
tutta Italia, 16
operatori esteri,
500 incontri
d'affari**

”

174be



Zoli & Zoffoli snc

di ZOLI MARIO & C.

Via Petrosa n. 253 - CAMPIANO (RA)
Tel. 0544/563304 - Fax. 0544/563441

web site: www.zoliezoffoli.it
email: info@zoliezoffoli.it

1955-2005
50

Riparazione, Commercio e Noleggio Macchine Movimento Terra Agricole e Industriali

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



INFOLINE ADVERTISING 800 862 220
(numero verde)

LA PUBBLICITÀ AL CINEMA È BELLA E FUNZIONA!

ti costi di partecipazione di iniziare a conoscere mercati anche molto diversi tra di loro sul piano dell'organizzazione della struttura commerciale, su cui posizionare il proprio target.

Il mantenimento di standard elevati nel livello di precisione della selezione degli operatori stranieri da parte degli organizzatori rimane comunque uno dei fattori da cui dipende l'efficacia di tale iniziativa e la soddisfazione delle imprese.

INFO

Per ulteriori informazioni rivolgersi alla responsabile del progetto:

Pina Macri - tel. 0544-481414

pina.macri@ra.camcom.it

www.nauticity.it

Le prossime iniziative

Le iniziative in cantiere previste per i prossimi mesi riguardano una missione di imprenditori nautici italiani nella Turchia meridionale con l'esplorazione delle opportunità d'affari nelle importanti aree di Antalya e Bodrum a settembre 2009, e l'organizzazione della settima edizione dell'appuntamento ravennate, prevista per l'inizio della primavera 2010.

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

** Responsabile di progetto
Azienda Speciale SIDI Eurosportello
Camera di Commercio di Ravenna



Morto l'oncologo Buzzi. Per le sue ricerche ha ricevuto il Premio Teodorico

La Camera di Commercio gli aveva assegnato, nel giugno scorso, il Premio Teodorico per le ricerche condotte nel campo delle terapie anticancro. Purtroppo Silvio Buzzi, oncologo di fama internazionale, è deceduto prima di poter ritirare il riconoscimento. Si è spento nella notte del 15 luglio scorso, a 79 anni, stroncato da un male incurabile. Il medico oncologo ravennate era particolarmente conosciuto per le ricerche sui tumori.

Le terapie del dottor Buzzi sono state portate avanti dal 2007 in Giappone, dove si sta sperimentando con successo il CRM 197, questo il nome della molecola antitumorale messa a punto da Buzzi. Alla famiglia del medico ravennate le condoglianze della Camera di Commercio.



158be

CONFICCONI DANIELE

Impianti elettrici civili e industriali

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



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)





Il terminal crociere operativo tra un anno



Meno di un anno e il nuovo Terminal crociere di Porto Corsini sarà operativo. Ravenna potrà così contare su un moderno e funzionale approdo per le navi turistiche, che andrà a sostituire l'attuale banchina di via Baiona, accanto al terminal traghetti.

Un intervento che vede l'Autorità portuale lavorare con intensità per realizzare l'opera e per garantirne la competitività sul mercato.

Il nuovo Terminal crociere prevede la realizzazione di una banchina lunga 350 metri, un pontile largo 40 metri e dotato di due banchine lunghe 300 metri, in grado di ospitare navi da crociera di dimensioni ancora maggiori grazie alle briccole di ormeggio

a mare. Nell'avamporto i fondali sono stati portati a 11,50 metri.

Il costo complessivo dell'intervento è pari a circa 32 milioni di euro.

I lavori per la realizzazione della banchina e del pontile sono in corso e l'ultimazione delle opere è

Normalmente...
eccezionali

Ci occupiamo di movimentazioni industriali, sollevamenti e trasporti eccezionali. Tutto qui



Via dello Stagnino, 6/8 - 48125 Roncalceci RA Italy
Tel. +39 0544 569511
www.ctstrasporti.it - info@ctstrasporti.it



371be



GRUPPO ORMEGGIATORI DEL PORTO DI RAVENNA
Soc. Coop.

Via Fabbrica Vecchia 5 - Marina di Ravenna (RA)
Tel. 0544 530505 (3 linee) - Fax 0544 531871
website: www.ormeggira.it





369be

prevista per marzo 2010.

A partire da questa data sarà quindi operativo il nuovo scalo per navi da crociera capaci di ospitare 3-4 mila passeggeri e 1500 membri di equipaggio. A confermare l'importanza dell'operazione, il livello qualitativo delle società che hanno aderito al bando per la gestione del nuovo Terminal.

Allo scadere dei termini per la presentazione delle offerte per la gestione del terminal di Porto Corsini, ha avuto la meglio la cordata costituita da Royal Caribbean, Aeroporto "Guglielmo Marconi" di Bologna, Venezia Terminal Passeggeri e Società Bassani di Venezia. La concessione aggiudicata durerà sino al 2019.

Royal Caribbean, secondo gruppo crocieristico mondiale, serve 4 milioni di ospiti ogni anno ed opera con 38 navi attraverso 5 marchi (Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Pullmantur, Azamara e CDF Croisieres de France).

L'aeroporto Guglielmo Marconi di Bologna è il quinto aeroporto italiano per voli internazionali e serve un bacino di traffico che sfiora i venti milioni di persone.

Venezia Terminal Passeggeri, società che gestisce lo scalo crociere di Venezia, ha movimentato nel 2008 oltre 1,7 milioni di passeggeri e la Società Bassani è uno dei più grandi tour operator italiani, agente generale di alcune tra le maggiori compagnie crocieristiche.

La nuova infrastruttura dedicata alle crociere si inserisce in un contesto più vasto di riqualificazione dell'avamposto di Porto Corsini.

Il costo complessivo dell'intervento è stimato tra i 45 e i 50 milioni di euro, con una partecipazione pubblica pari a 3 milioni di euro. Sono previsti una piazza (dove sarà collocato il monumento a Papa Corsini), un centro commerciale, uno sporting club e un albergo, edifici

per Guardia Costiera, Guardia di Finanza, Vigili del fuoco, parcheggi.

“
L'Autorità portuale sta realizzando le banchine a Porto Corsini. Un investimento di 32 milioni di euro per l'attracco di navi capaci di trasportare 3-4000 passeggeri
”

ASSOCIAZIONE DI IDEE

ITER. GIOCO DI SQUADRA.

Costruire è il nostro campo, essere competitivi e vincenti rispettando le regole è la nostra sfida. Siamo una squadra. E giochiamo in casa.

www.itercoop.com

ITER
COOPERATIVA RAVENNATE
INTERVENTI SUL TERRITORIO

372bc

La riconversione dell'ex Sarom

Siecento milioni di euro di fatturato già nel primo triennio di operatività. Posti di lavoro per 2500 persone, che arrivano a 5.000 con l'indotto turistico, un reddito complessivamente prodotto di 1.300 milioni di euro che salgono a 2.500 con l'indotto turistico.

È questa l' "Analisi economica e di contributo al Pil" del progetto di riconversione dell'ex Sarom in Cittadella della nautica, realizzata dall'Autorità portuale su dati di Ucina, Censis e Camere di commercio di Ravenna e Forlì-Cesena.

Il costo complessivo dell'intervento è stimato in 250 milioni di euro. Le Amministrazioni pubbliche coinvolte nel progetto investiranno circa 50 milioni per l'urbanizzazione dell'area e per i servizi comuni. I costi per le strutture di ricerca, innovazione, sperimentazione e formazione sono indicati in circa 35 milioni, mentre gli investimenti privati sono stimati in circa 165 milioni di euro. Oltre all'Università di Bologna, sono già 32 le imprese, le associazioni di categoria che hanno manifestato interesse a insediarsi nell'area, che ospiterà anche la sede del Tecnopolo dell'Energia.

Il ministero dello Sviluppo economico ha collocato il progetto di riqualificazione dell'area ex Sarom tra i primi progetti immediatamente cantierabili, nell'ambito dei 26 siti prioritari del piano nazionale di bonifica e reindustrializzazione.

I vantaggi competitivi offerti dalla Cittadella della Nautica sono così riassunti dall'Autorità Portuale: ottimizzazione dei costi di produzione grazie alla maggiore dimensione delle singole unità produttive e ad economie di scala su molti costi e



servizi in comune. Quindi una riduzione dei costi logistici (grazie allo sbocco diretto sul mare) e dei costi commerciali, per la possibilità di fruire di show room ed altri spazi espositivi contigui, darsene per prove in acqua, supporti all'exportazione e all'internazionalizzazione. Infine, quelle che vengono definite le 'economie di apprendimento', grazie all'integrazione di fasi di processo produttivo e all'interscambio di know how, con la collocazione di un Centro per la ricerca applicata legata alla nautica e di un Centro per la formazione specialistica legata alla nautica.

L'area individuata per questa operazione è tradizionalmente molto conosciuta dai ravennati: l'ex Sarom, con 28 ettari di attività produttive e 88 di attività dismesse da riconvertire. terminate le bonifiche, il cantiere dovrebbe essere aperto alla fine del prossimo anno.

La superficie totale dei comparti dedicati alla cantieristica è pari a circa

14 ettari, con la possibilità di realizzare 9 capannoni. All'artigianato di servizio alla nautica sono dedicati 7 ettari, come la superficie destinata ad attività industriali/artigianali. Alla ricerca e innovazione vanno 4 ettari. Il comparto destinato alle zone commerciali e per la ricettività si estende su 5 ettari e consentirà 11 mila metri quadrati di superficie coperta destinata ad ospitare un albergo, un centro commerciale tematico ed altre strutture commerciali ed espositive a servizio dei cantieri.



CSR
CONTAINER
SERVICE
RAVENNA srl



370be

- Vendita, noleggio, riparazione, costruzione, trasformazione di containers, box, monoblocchi da cantiere e abitativi.
- Esecuzione lavori di carpenteria.
- Costruzione scale con piano di lavoro, strutture a portale, ballatoi e cabine idonee e certificate per eseguire lavori in altezza.
- Supporto per gli operatori del Porto con officina coperta e impianto di lavaggio.

RAVENNA - DARSENA SAN VITALE
Tel. 0544 436565 - Fax 0544 436700
e-mail csr.container@tin.it
www.containerserviceravenna.it

La prima settimana europea delle PMI: un bilancio

DI FRANCESCA TRIOSI E PAOLA SAIANI

La Prima Settimana Europea delle Piccole e Medie Imprese, svoltasi dal 6 al 14 maggio 2009, è una campagna indetta dalla Direzione Generale Imprese e Industria della Commissione europea con il proposito di promuovere lo spirito imprenditoriale in tutta l'Europa e informare gli imprenditori sul supporto a loro favore a livello europeo, nazionale e locale.

La settimana delle PMI rientra tra i provvedimenti che attiva il "Small Business Act", il primo quadro politico articolato per la Piccola Impresa nell'UE e nei suoi Stati membri, ed è stata ideata con l'obiettivo di:

- *informare*: offrire e diffondere informazioni sulle forme di supporto che l'UE e le autorità nazionali offrono alle piccole imprese;
- *sostenere*: creare un partenariato UE-PMI, sottolineando come l'Europa sia più forte grazie a delle PMI competitive, nonché il fatto che l'UE è disposta

ad offrire loro supporto e consulenza;

• *ispirare*: motivare le PMI esistenti ad ampliare le proprie prospettive sviluppando e ingrandendo la propria impresa;

• *condividere*: lanciare idee e condividere le esperienze sull'imprenditorialità e gli imprenditori.

• *incoraggiare*: convincere i giovani che la carriera imprenditoriale è un'opzione affascinante.

“
I cinque sensi
dell'impresa: un modo
insolito per parlare
delle PMI dell'Emilia
Romagna

In questa occasione, ASTER Scienza Tecnologia Impresa, in collaborazione con l'Eurospostello della Camera di Commercio di Ravenna e Unioncamere Emilia Romagna – partner SIMPLER nell'ambito della Enterprise Europe Network

– ha accolto l'invito del Ministero dello Sviluppo Economico di aderire alla campagna europea con un'iniziativa che ne conciliasse gli obiettivi con quelli della rete e con quelli dell'anno Europeo della Creatività e dell'Innovazione.



- PULIZIE CIVILI E INDUSTRIALI
- PULIZIE VETRI
- TRATTAMENTO COTTO

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

Sopralluoghi e preventivi GRATUITI
(Ravenna e provincia)

- 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

216be

Nascono così "I 5 SENSI DELL'IMPRESA", un modo stimolante e insolito per presentare le Piccole e Medie Imprese dell'Emilia Romagna coinvolgendo i cinque sensi: l'udito, la vista, il gusto, il tatto e l'odore.

È un'iniziativa articolata in 5 azioni distinte ma collegate da un unico filo conduttore, realizzate in

varie aree del territorio regionale, con target diversi (dalle imprese ai giovani ricercatori, agli studenti, ai futuri imprenditori) e output diversi (dalla pubblicazione, al concorso, all'evento pubblico, all'open day in azienda). È stato inoltre elaborato un video



L'UDITO

ASCOLTARE L'IMPRESA: AL MUSEO CON GLI IMPRENDITORI

Tre appuntamenti, tre città dell'Emilia Romagna, 3 musei, 3 occasioni per interagire con imprenditori, ricercatori ed esperti sui temi della creatività, dell'innovazione e dello spirito imprenditoriale.

Il format proposto ha visto la realizzazione di ogni evento all'interno di un museo, in un contesto informale ed insolito, con la conduzione da parte di un moderatore.

• **IMMAGINAZIONE, CREATIVITÀ E INNOVAZIONE IN IMPRESA:** *ConversAzioni con gli imprenditori. Bologna, Museo del Patrimonio Industriale, 7 maggio 2009.*

• **IMPRESA E RICERCA: SENTI CHE C'E' DI NUOVO**
Parma, Casa della Musica, 11 maggio 2009.

• **IMPRESA GIOVANI E GIOVANI IMPRENDITORI**
Ravenna, MAR – Museo d'Arte della città di Ravenna, 13 maggio 2009.

I NUMERI: 230 partecipanti in totale provenienti da tutte le province della regione

A RAVENNA: 98 i partecipanti all'evento del 13 maggio al MAR, di cui 57 hanno anche visitato la mostra dedicata all'artista viaggiatore.

IMPRESA GIOVANI E GIOVANI IMPRENDITORI: il mondo dell'imprenditoria giovanile a confronto

L'incontro-aperitivo organizzato dall'Eurosportello della Camera di commercio di Ravenna la sera del 13 maggio nella cornice suggestiva del MAR è stata occasione per uno scambio di idee e di esperienze tra le varie realtà locali legate all'imprenditoria giovanile: giovani imprese innovative, imprese consolidate che vivono il passaggio generazionale, aspiranti imprenditori con i loro sogni, successi e difficoltà.

Chato della Casa di RES Soc. Coop., Massimo Geminiani di Geminiani S.p.A, Gabriele Mazzotti di Phizero srl, Elisa Reggiani di Valvotubi srl, Chiara Roncuzzi di Podere Pilucca e R&B Casa Masoli, la studentessa Sara Camillini vincitrice di Enterprise European Business Game - coordinati dalla moderatrice Mascia Papi di SCS Consulting - sono stati i protagonisti della serata, raccontando la propria esperienza ad una platea di studenti, imprenditori e aspiranti imprenditori.

Meritocrazia, umiltà, audacia, capacità di farsi ascoltare, attenzione allo sviluppo sostenibile, impulso alla produzione locale e ai servizi, innovazione e internazionalizzazione per tenere il passo con la competizione globale, capacità di cogliere le opportunità offerte dai sistemi di supporto, sono alcuni dei concetti chiave emersi dal confronto per superare la crisi ed affermare il ruolo dei giovani in azienda.

Prima dell'incontro è stata offerta ai partecipanti una visita guidata alla mostra "L'artista viaggiatore".



clip dell'iniziativa, che è stato selezionato a livello nazionale e proiettato durante la cerimonia di chiusura della SME Week che si è tenuta a Praga il 13 e

14 maggio 2009, in una sorta di bilancio delle varie iniziative realizzate nei paesi dell'Unione Europea dal titolo "Best of SME Week 2009".



IL GUSTO DI FARE IMPRESA: GLI INGREDIENTI DEL SUCCESSO

Un'impresa di successo è fatta di molti ingredienti: gli imprenditori hanno svelato le loro ricette personali e i loro gusti gastronomici in una pubblicazione insolita.

Creatività, passione, competenza, determinazione e una buona dose di fortuna: creare e gestire un'impresa è una sapiente miscela di conoscenze e intuito personale.

Una volta raggiunto l'obiettivo, difficile spiegarne la formula segreta. Ci si può provare, giocando sulla metafora gastronomica e divertendosi ad associarla ai segreti di un buon piatto.

Lo hanno fatto alcuni imprenditori che hanno deciso di raccontare la loro personalissima ricetta del successo aziendale improvvisandosi chef per un giorno e assaporando il gusto di fare impresa e scoprendo che lavorando con passione, proprio come a tavola, non si invecchia mai.

Le ricette d'impresa sono state raccolte in volume distribuito in occasione dei 3 eventi "L'udito: al museo con gli imprenditori".

I NUMERI: 24 imprese partecipanti 450 copie distribuite

A RAVENNA: 3 le imprese della Provincia di Ravenna:

Cooperativa Terremerse di Bagnacavallo

Maglificio Macdonald Snc di Lugo

Micoperi Srl di Ravenna

Leggi il ricettario su: <http://www.aster.it/smeweek.html>



www.intesaungapo.it

341bc

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.

IL TATTO

CON-"TATTO" CON L'IMPRESA

Open Day aziendali alla scoperta dei processi produttivi e tecnologie applicate, per entrare in pieno contatto con l'impresa.

Alcune imprese della Regione Emilia Romagna hanno aperto le porte per ospitare studenti, ricercatori, ne-laureati, laureandi, cittadini, imprenditori e/o tutti coloro ai quali si è ritenuto opportuno presentare il funzionamento aziendale. In pratica sono stati organizzati tour guidati aziendali che hanno consentito all'impresa di presentarsi mostrando la propria attività, i propri processi produttivi e le relative tecnologie applicate favorendo un contatto diretto con l'impresa

I NUMERI: 15 imprese partecipanti
7 open day realizzati
274 visitatori

A RAVENNA: 9 le imprese ravennati che hanno aderito all'iniziativa

3 le imprese che hanno organizzato gli Open Day nella settimana delle PMI :

Flli Righini Srl di Ravenna
Eco Recuperi Srl di Solarolo
Gruppo CON.S.A.R. di Ravenna

131 i visitatori agli Open Day (studenti, insegnanti, professori universitari, rappresentanti di associazioni di categoria, ecc.)

3 le scuole della Provincia di Ravenna che hanno partecipato:
Istituto Tecnico Statale Commerciale (ITCT) "G. Ginanni" di Ravenna
Istituto Tecnico Industriale Statale (ITIS) "N. Baldini" di Ravenna
Istituto Tecnico Commerciale "Stoppa Compagnoni" di Lugo

L'OLFATTO

IN ODORE DI IMPRESA: CONCORSO PER ASPIRANTI IMPRENDITORI

Un concorso per aspiranti imprenditori destinato agli studenti delle scuole medie superiori disposti a raccogliere la sfida di sviluppare idee imprenditoriali nei settori della cultura, del turismo e dell'ambiente

Il concorso, rivolto agli studenti del terzo e quarto anno di tutte le scuole superiori della regione Emilia-Romagna, si è proposto di sensibilizzare i giovani al tema della creazione di impresa e stimolare il loro interesse verso il mondo imprenditoriale. L'attività ha previsto lo sviluppo di idee di impresa pianificandone la realizzazione operativa attraverso la redazione di un business plan semplificato. Guidati dai loro insegnanti, i ragazzi si sono immedesimati nel ruolo di aspiranti imprenditori riflettendo sull'originalità della propria idea, valutando l'unicità del prodotto o del servizio e dimostrando la sostenibilità nel tempo dell'attività scelta. I vincitori sono stati premiati a Ravenna il 13 maggio 2009 presso il MAR in occasione dell'evento Ascoltare l'impresa: al museo con gli imprenditori - "Imprese giovani e giovani imprenditori. Il mondo dell'imprenditoria giovanile a confronto".

I NUMERI: 9 classi partecipanti
171 studenti coinvolti
2 progetti premiati

A RAVENNA: 3 scuole della nostra provincia hanno partecipato

Istituto Tecnico Industriale (ITIS) "G. Marconi" di Lugo
Istituto Tecnico Commerciale e per Geometri (ITCG) "G. Compagnoni" di Lugo
Istituto Tecnico Statale Commerciale (ITCT) "G. Ginanni" di Ravenna

1 progetto premiato
Ecogym S.p.a della Classe IV ME -
Scuola ITIS G. Marconi di Lugo

Consulta l'elenco delle scuole partecipanti e dei vincitori su: <http://www.aster.it/smeweek.html>

LA VISTA

MAI VISTA UN'IMPRESA COSÌ

Le persone, i prodotti, i luoghi dell'impresa: un **Concorso fotografico** rivolto ad imprenditori, dipendenti, collaboratori e soci di piccole e medie imprese, che hanno voluto rappresentare la propria azienda in modo insolito ed artistico tramite scatti fotografici. Le fotografie selezionate sono state esposte presso il Museo del Patrimonio Industriale di Bologna e premiate il 7 maggio 2009 in occasione dell'evento Ascoltare l'impresa: al museo con gli imprenditori - "Immaginazione, creatività e innovazione in impresa: conversazioni con gli imprenditori".

I NUMERI: 14 partecipanti
4 fotografie premiate 3 vincitori
42 fotografie in concorso
97 visitatori alla mostra fotografica

A RAVENNA: 1 impresa della Provincia di Ravenna: Officine Stivari Sas di Riolo Terme

Consulta il catalogo delle foto in concorso e guarda le 4 foto vincitrici su: <http://www.aster.it/smeweek.html>

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

Gli scenari economici

La Camera di Commercio di Ravenna l'8 maggio ha celebrato la 7ª edizione della Giornata dell'Economia e nel corso della manifestazione, alla quale hanno partecipato rappresentanti delle Istituzioni, delle Associazioni di categoria e della sfera Imprenditoriale, sono stati presentati interessanti approfondimenti che hanno offerto una chiave di lettura degli scenari economici e una valutazione dello stato di salute dell'economia ravennate. In questa edizione si è dato rilievo a tematiche innovative quali Web 2.0, social network, economia partecipata e sono state evidenziate alcune questioni connesse al credito.

Gli argomenti, trattati dagli esperti, si sono affiancati alla consueta raccolta di dati statistici curata dal servizio Statistica e dal servizio Studi della Camera di Commercio.

Dopo i saluti del presidente Gianfranco Bessi e l'introduzione del segretario generale della Camera di Commercio di Ravenna Paola Morigi, sono intervenuti Guido Caselli direttore Area studi e ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna, Giuseppe Giaccardi, consulente di direzione, area strategia e organizzazione, e Antonio Patuelli, vice presidente ACRI (Associazione di Fondazioni e Casse di risparmio Spa) e presidente del Gruppo Cassa di Risparmio di Ravenna Spa.

La Giornata dell'Economia, quest'anno inserita nell'ambito dell'iniziativa della Commissione Europea "1st European SME Week '09" – Prima set-

timana europea delle Piccole e Medie Imprese 2009 – ideata per rafforzare e promuovere lo spirito imprenditoriale, rappresenta un'ulteriore occasione per divulgare l'informazione prodotta dal sistema camerale e per proseguire il dibattito a livello locale

su specifici temi economici di grande attualità. Il materiale e gli approfondimenti presentati sono disponibili sul sito camerale e su Starnet, lo sportello telematico d'informazione economica-statistica delle Camere di Commercio (area territoriale di Ravenna).



Il futuro non si prevede. Si fa

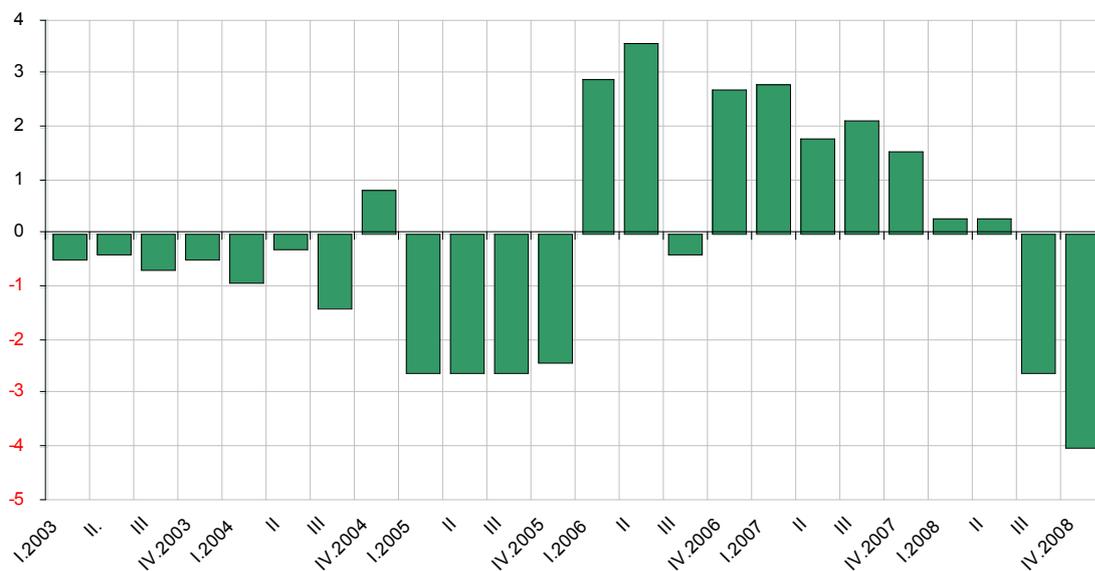


Nella relazione economica realizzata e presentata da Guido Caselli, direttore Area studi e ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna, dal titolo "Ravenna 2.0. Il futuro non si prevede. Si fa", non si è parlato degli ottimi risultati della provincia di Ravenna che la allineano agli obiettivi di Lisbona; non sono stati menzionati i dati sulla ricchezza che collocano la provincia nelle prime posizioni della graduatoria nazionale. E non si è nemmeno accennato alla vitalità imprenditoriale, alle tante eccellenze economico-sociali

che caratterizzano il territorio. L'autore ha volutamente dato un taglio diverso: non un elenco delle tante cose positive espresse dalla provincia, ma un invito a rivolgere lo sguardo al futuro, focalizzando l'attenzione su pochi numeri, esplicativi del "dove stiamo andando" e, soprattutto, utili per decidere "dove vogliamo andare". Viene quindi proposto un nuovo modo di leggere il territorio, con alla base una convinzione, più volte enfatizzata nelle pagine dello studio: il futuro non si prevede. Si fa.

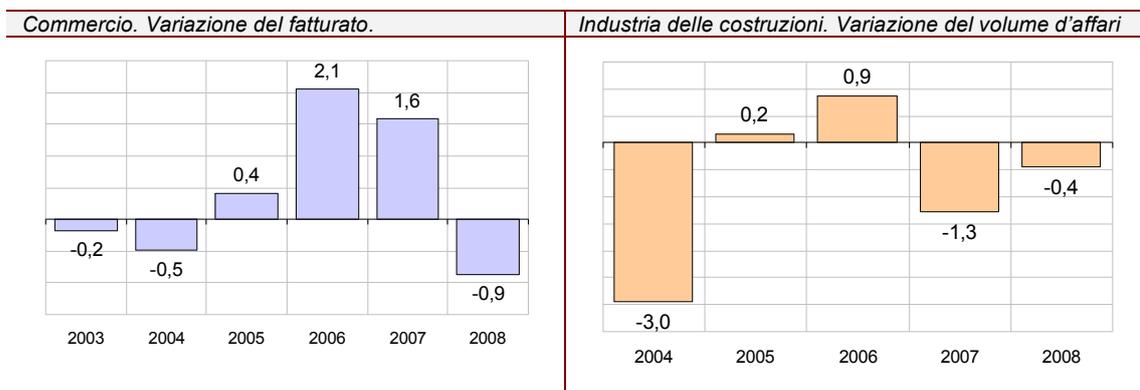
Indagine congiunturale dell'industria manifatturiera. Totale e classi dimensionali

Industria manifatturiera. Variazione della produzione. Imprese da 1 a 500 addetti



Fonte: Area studi e ricerche Unioncamere Emilia-Romagna, Indagine congiunturale industria manifatturiera

Indagine congiunturale del commercio e delle costruzioni. Anni 2003-2008



Fonte: Area studi e ricerche Unioncamere Emilia-Romagna, Indagine congiunturale sul settore del commercio e sulle costruzioni

L'intenzione è quella di lanciare un messaggio forte: il futuro della provincia non è quello prefigurato dalle proiezioni statistiche e nemmeno quello vaticinato da economisti con una visione catastrofista; il futuro di Ravenna è quello che si deciderà di costruire insieme. Perché è vero che i fattori esogeni alla provincia – la crisi internazionale su tutti – condizionano le traiettorie di sviluppo determinando profondi cambiamenti, ma è altrettanto vero che esistono fattori endogeni di pari importanza sui quali è possibile agire per governare ed indirizzare lo sviluppo del territorio.

Se si dà una occhiata ai dati elaborati, il racconto dei numeri è eloquente e ci mette di fronte a scenari inediti: nel 2008 la crescita della provincia di Ravenna è stata prossima allo zero e anche per il 2009 le previsioni dipingono un anno di forte difficoltà. La crisi del sistema finanziario internazionale e, prima ancora, il rallentamento dell'economia mondiale, aprono nuovi scenari e scarsamente intelleggibili. I principali istituti economici internazionali prefigurano per la quasi totalità delle economie avanzate una fase recessiva di cui risulta difficile prevederne la durata.

Gli effetti della crisi internazionale sono ben visibili nei dati delle indagini

congiunturali condotte dalla Camera di Commercio e Unioncamere: Il quarto trimestre 2008 delle piccole e medie imprese manifatturiere della provincia di Ravenna si è chiuso con un dato negativo ed il vero elemento di novità di questa fase recessiva è il coinvolgimento delle imprese di dimensioni superiori, in passato sfiorate solo marginalmente dai venti di crisi.

Il settore del commercio al dettaglio, che negli ultimi 2 anni è sempre apparso in crescita grazie al traino della grande distribuzione, nel 2008 chiude con una flessione del fatturato, determinata dal sensibile decremento dei piccoli esercizi commerciali non compensato dalla modesta variazione positiva di ipermercati, supermercati e grandi magazzini. Il settore delle costruzioni sembra essersi avvitato in una spirale negativa la cui evoluzione è tutta da decifrare.

Il circolo virtuoso che per decenni ha caratterizzato Ravenna si è quindi indebolito sotto colpi strutturali e non solamente congiunturali. La priorità è farlo ripartire, la crisi impone di agire con iniziative ad impatto immediato per fronteggiare le criticità più evidenti – agevolare l'accesso al credito per le imprese, ammortizzatori sociali per chi perde il lavoro, recupero del potere d'acquisto per le famiglie, solo per ci-

tare le linee d'intervento più urgenti.

Tuttavia, se è vero che i periodi di crisi sono anche opportunità di cambiamento, occorre evolvere secondo modalità nuove, accanto ad interventi di breve periodo è necessario affiancare azioni che rispondano ad una logica di più ampio respiro, finalizzate a dare forma e sostanza alla nostra visione della provincia di Ravenna del prossimo futuro.

Occorrerà dunque ripensare, ad esempio, al sistema di welfare, in previsione di una società sempre più multietnica e con una elevata incidenza di popolazione anziana, nel quale l'intervento del pubblico si configura prevalentemente come gestore e non come produttore di servizi; investire sull'ambiente e mettere in campo interventi volti ad un sempre più razionale uso del suolo, nonché a favorire la diffusione di tutti quei comportamenti che mirano a salvaguardare l'ambiente; andare verso la via alta dello sviluppo, puntare sull'innovazione e sulle esportazioni per competere, sulla qualità e sulle persone, ovvero non si potrà più avere una crescita solo quantitativa ma dovrà essere anche qualitativa ed in una logica non di singola impresa, ma di sistema territoriale e l'innovazione non si misurerà soltanto in termini di investimenti in ricerca, ma

anche dalla capacità del sistema delle imprese di trasferire le idee innovative sul territorio; uscire dalla logica della "rete corta e localistica" e connettersi alle reti lunghe, capaci di intercettare flussi di conoscenza in ogni parte del mondo; lo stesso territorio dovrà essere reinterpretato e identificato secondo nuove logiche, che non sono più quelle amministrative, ma quelle che effettivamente aggregano le persone e le imprese, cioè le cosiddette aree vaste o geocomunità, all'interno delle quali vi è una elevata omogeneità della struttura socioeconomica e delle sue modalità di sviluppo; creare le condizioni ideali per la nascita e la diffusione delle idee, innalzare il livello formativo degli occupati, dando spazio al talento ed alla creatività, considerare gli investimenti sulle persone come fattore di crescita per l'azienda e per l'intero sistema territoriale, quindi attrarre e formare persone capaci e dotate di talento e saperle riconoscere. Quello che viene lanciato nella relazione di Caselli è, dunque, un messaggio positivo: questa fase del ciclo economico non va letta esclusivamente in termini negativi, ma può costituire un'opportunità per avviarsi verso uno sviluppo sostenibile che sappia tenere insieme – come avvenuto in passato

– crescita economica e benessere dei cittadini.

È però, allo stesso tempo, un messaggio preoccupato: lo scenario internazionale non concede tempi di riflessione eccessivamente lunghi, occorre agire con tempestività e operando scelte forti. Condividendo una visione, mettendo in campo azioni che siano partecipate da tutti gli attori del territorio.

Nello studio, prendendo come riferimento alcune delle migliori esperienze internazionali e tenendo conto della struttura socio-economica della provincia, sono state quindi analizzate alcune tessere che dovrebbero comporre la Ravenna che si vuole essere nel prossimo futuro, un sistema territoriale che si configura come geocomunità, innovativo e aperto all'esterno, rispettoso dell'ambiente, ove le persone hanno pari opportunità di crescere e formarsi, nel quale – parafrasando Amartya Sen – la realizzazione del territorio passa attraverso quella dei singoli. Si è competitivi se si è inseriti in un sistema territoriale competitivo.

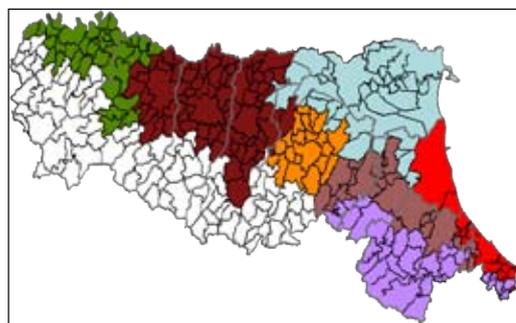
Inoltre, perché vi sia sviluppo sul territorio è necessario che sia la crescita economica che il benessere presentino una dinamica positiva, affinché questo sviluppo sia sostenibile nel tempo e non produca tensioni sociali è neces-

sario che le velocità di marcia delle due componenti siano le più vicine possibili.

Qualità, innovazione e, soprattutto, Persone: i numeri illustrati nello studio, conclude Caselli, ci raccontano che è su questi aspetti che si gioca lo sviluppo di un territorio. Quello che i numeri non riescono a raccontarci completamente sono le componenti che determinano un sistema innovativo, di qualità, popolato da persone abili e talentuose. Più precisamente, i numeri non colgono quelle componenti immateriali che determinano un ambiente favorevole, non sanno rispondere alla domanda su cosa serve per creare una comunità capace di coltivare e attrarre creatività e talento.

Una possibile risposta è nel titolo di questo studio: Ravenna 2.0. Significa una comunità che vive e si organizza seguendo i paradigmi del web 2.0, si fonda sulla trasparenza, sulla pari dignità di tutti i membri, sull'aiuto reciproco, sulla condivisione, sull'intelligenza e sul cuore delle persone. Ravenna 2.0 è un'ulteriore tessera che se affiancata alle altre inizia a tratteggiare la visione della Ravenna di domani, una visione certamente alta, come deve essere una visione. Darle forma e valore sarà la sfida dei prossimi anni.

Le aree vaste dell'Emilia-Romagna individuate sulla base del capitale territoriale dei comuni



APPENNINO EMILIANO	CITTA' ROMAGNOLA
APPENNINO ROMAGNOLO	CITTA' PIACENTINA
CITTA' FERRARESE	CITTA' EMILIANA
CITTA' ADRIATICA	CITTA' METROPOLITANA BOLOGNESE

Fonte: area studi Unioncamere Emilia-Romagna su fonti varie

Web 2.0, nuova cultura per l'impresa



Nodi

In Emilia-Romagna c'è una impresa ogni 9 abitanti, una delle più alte concentrazioni nazionali. Un sistema che opera in settori produttivi tradizionali ma con ottime performance di export (+10,5% di crescita per 9.853,5 euro per addetto, il più alto valore nazionale 2006/2005) e di creazione di valore aggiunto (46.596 euro per unità di lavoro nel 2005, subito dopo Lombardia e Lazio, prima del Piemonte) che concorrono a determinare un indicatore di benessere sociale finora molto elevato (133,53) secondo solo alla Valle d'Aosta. Come documentato nei Rapporti congiunturali 2007 e 2008 di Unioncamere regionale, i fenomeni internazionali e le risposte locali alla globalizzazione hanno profondamente mutato i modelli organizzativi e le leve di generazione della ricchezza mettendo a dura prova

identità, senso, equità e partecipazione sociale alle sfide contemporanee, fino al punto che la percezione di benessere non ha più seguito il trend della crescita economica. Nel corso dell'ultimo decennio del XXI secolo, donne e giovani sono i protagonisti più evidenti e non sempre consapevoli di processi ad elevata frammentazione di percorsi di lavoro e di reddito. È avvenuta una profonda modificazione di composizione e condizione della popolazione residente, mentre invecchiamento e immigrazione molto elevati stanno mettendo a dura prova welfare e tenuta della qualità di vita. Allo scoppio della crisi finanziaria globale nel luglio 2008, il premier Gordon Brown espresse un'opinione sintetica della situazione e allo stesso tempo una visione molto chiara che gli procurò un'inaspettata ripresa di consenso nell'elettorato britannico: "è ora che stati e mercati facciano gli interessi dei cittadini". Questi dunque i problemi e questo il nodo dell'economia reale. Come affrontarli?

Cambio di modello

Da quando esiste l'IT (information technology) e ancor più da quando tramite internet ha preso a dominare l'ICT (information communication technology), sono stati codificati tre modelli di accensione e/o conduzione dei processi micro o macro che siano, ovvero delle attività logiche che si succedono tramite un'indicazione (input) allo scopo di produrre un risultato (output): il top down, l'indirizzo e il controllo dall'alto; il bottom up, l'orientamento e la partecipazione dal basso; il top-up, cioè l'incipit laterale che si mischia rapidamente con ampie

e condivise aspettative e correlazioni orizzontali. Semplificando molto, la finanziarizzazione dell'economia degli ultimi vent'anni – teorizzata dalla Scuola di Chicago nel 1985 (Milton Friedmann, premio Nobel 1976) e messa in moto da Reagan e dalla Thatcher, che ben al di là delle intenzioni dei suoi propugnatori ha portato a noti fenomeni di estremizzazione delle ricchezze fino agli inediti episodi finali di sequestro preventivo dei top manager – è stata una gigantesca operazione top down. Si è chiusa un'era? È presto per dirlo, ma ci si deve interrogare su che cosa si debba fare per venire fuori come imprese, sistemi e paesi, o meglio come cittadini, visti il notevole deterioramento delle condizioni di vita all'interno di molti strati sociali; il perdurare di gravi instabilità e ingiustizie; il timore associato a incertezza e talvolta impreparazione, che domina le responsabilità di classe dirigente nei territori, non solo in più parti delle istituzioni centrali o nazionali.

Nuovo approccio

L'idea-base è di accendere e sostenere processi simbolici via via più strutturati di ampia partecipazione dei soggetti economici, ampliando quanto esercitato delle tradizionali organizzazioni di rappresentanza, in modo che imprenditori, quadri, tecnici, lavoratori autonomi, professionisti, esperti di nuovi mestieri, creativi e pionieri di nuove conoscenze, ritrovino fiducia in sé stessi e nell'investire sul futuro, tramite processi inediti di ascolto e partecipazione, condividendo esperienze e saperi. È un'operazione oggi possibile e non azzardata che si può attuare combinando tecniche rela-

zionali e competenze statistiche con un approccio su internet di tipo autoriale – l'incontrario del vecchio modello top down –, dove gli utenti, cittadini e imprese, donne e giovani, diventano prosumer cioè produttori di contenuti. È il cosiddetto web 2.0, il modello divenuto popolare su social network quali Facebook o Youtube o Tripadvisor, che radicalizza i rapporti di efficienza dai media tradizionali a favore di internet e che in pochissimo tempo ha costruito un mondo nuovo di modi di consumare molto diverso da prima. In occasione della 7^a Giornata nazionale dell'economia delle Camere di Commercio, che ricorre durante la 1^a Settimana Europea della Piccola e Media Impresa, è di buon auspicio pensare che Ravenna possa offrire su queste basi un contributo originale di democrazia economica, libertà culturale e futuro sostenibile.

Imprese e territori nel web

I tanti cambiamenti della metodologia web 2.0 stanno arricchendo la cultura

d'impresa e generando un nuovo modello di impresa. È un cambio di filosofia, attitudine e approccio piuttosto che una modificazione meramente tecnologica. La tecnologia c'entra ovviamente, ma il web 2.0 è diventato soprattutto opportunità e strumento per focalizzare meglio la conoscenza del cliente, sostenere sensibilità, idee, capacità, competenze, relazioni, esperienze. E questo grazie alla tecnologia che ha raggiunto una soglia di accessibilità economica e di utilizzo alla portata di tutti.

Anche per queste ragioni il web e la sua diffusione sono divenuti un fenomeno di enorme rilevanza sociale ed economica. Nel mondo si contano oltre 1 miliardo di utenti internet al giorno, 2,5 miliardi di click al giorno sui motori di ricerca, 133 milioni di blog, oltre 500 milioni di frequentatori di blog e più di 200 milioni di iscritti a Facebook dei quali 8 milioni gli italiani. Grandi numeri, ma soprattutto nuovi modelli di relazione e comunicazione che se utilizzati in modo adeguato possono rappresentare il modo per ge-

nerare nuovo valore. Modelli e sistemi di rete nel web che permettono di creare infrastrutture utili ad accrescere rapporti, scambi, informazioni e conoscenze, per sostenere nuove idee e nuove imprese. È il caso ad esempio del CEyD - Centro di Strategie e Sviluppo di Valencia (Spagna) www.ceyd.org, del Méditerranée Technopole di Montpellier (Francia) www.montpellier-agglo.com, dei modelli di metadistretto creati in Veneto (Venetian Clusters) www.distrettidelveneto.it e dei social network Link_UP dell'Emilia-Romagna www.linkup.aster.it e Enzima-P del Piemonte www.enzima-p.it nati per favorire la collaborazione e lo scambio di conoscenza tra ricerca e imprese. Diversi esempi che fanno capire tra le altre cose come il mondo economico sia radicalmente cambiato: oggi la conversazione è il "segreto" dell'innovazione, della nuova impresa.

Conversazioni, racconti, contenuti frutto di un equilibrato mix di ascolto e partecipazione sono divenuti i tasselli dell'economia della conoscenza del XXI secolo.



E in questo nuovo mondo l'impresa è cambiata. Da impresa gerarchica che vive il cliente come target da colpire, cerca distretti-fortino di territori autoreferenziali, vuole protezione del know-how, aspira al cameratismo, condivide un sindacato categoriale, percepisce i giovani come problema organizzativo e sociale è diventata soggetto-rete. E come tale la nuova impresa è protagonista di filiere e sistemi di conoscenza, lavora per creare comunità-cliente, è misurata in responsabilità sociale, ha bisogno di un sindacato multietnico e co-gestionale, ha nel capitale umano in generale e nei giovani in particolare la sua risorsa più preziosa e limitata. Questo perché i mercati sono cambiati, l'aspettativa di consumo è guidata da sobrietà e ricerca della felicità, gli eccessi gerarchici di tipo top down (finanza, energia, welfare sbagliati, etc.) sono divenuti tossine durevoli da trasformare.

Impresa "autoriale"

In ragione di queste profonde modifica-

zioni le istituzioni sono chiamate ad attuare sviluppo sostenibile e trasparenza, ad eccedere in educazione e merito, a costruire e rendere fruibili nuove infrastrutture e modalità di partecipazione, programmare in base a nuovi processi di ascolto secondo le prassi più virtuose di governance di tipo bottom up. In questo nuovo scenario, l'impresa diventa "autoriale", cioè soggetto economico che vive, scambia, rende fruibili contenuti ideativi, innovativi, realizzativi e relazionali.

Nell'estensione della metodologia web 2.0, l'impresa "autoriale" determina nuovi vantaggi e convenienze:

- produce valore di scambio più delle risorse che consuma
- attira, coltiva, produce e rilascia talenti
- si alimenta, cresce con intelligenza collettiva, saperi diffusi e accessibili
- sostiene, perché ne ha bisogno, un contesto sociale equilibrato dove l'aspirazione al benessere o se si vuole all'economia della felicità è uno scopo

condiviso dalla maggioranza delle persone che vi abitano

- condivide gli impegni civili e le responsabilità sociali di sussidiarietà, solidarietà, tolleranza e investimento continuo in cultura per ogni condizione sociale
- ha una formidabile capacità anticiclica perché vive il cambiamento come opportunità non come minaccia.

L'impresa "autoriale" è quindi più efficiente dei vecchi modelli, ma ha bisogno di essere ascoltata perché è sempre più consapevole del proprio ruolo sociale, rafforzato e reso evidente dalla filosofia web 2.0 dove le relazioni sono guidate dalla disponibilità a interagire, a mettersi in discussione, a donare, ad apprendere dall'altro.

Giuseppe Giaccardi

*Consulente di direzione,
area strategia e organizzazione*

L'impresa che cambia nel web 2.0

Da dove veniamo ...

- **L'impresa** è gerarchica, vive il cliente come target da colpire, cerca distretti-fortino di territori autoreferenziali, vuole protezione del know-how, aspira al cameratismo, condivide un sindacato categoriale, percepisce i giovani come problema organizzativo e sociale
- Perché?
 - **i Mercati** erano percepiti chiusi, la domanda-cliente guidata prevalentemente sulla necessità, la leva-consumo proposta come paradigma dello stile di vita
- Pertanto
 - **Le Istituzioni** attuavano aiuti di stato, agevolazioni, spesa pubblica come leva dello sviluppo, gigantismo ciclico e insostenibilità economica, sociale e ambientale
- **Scelte e governance: modello TOP DOWN**

... dove stiamo andando?

- **L'impresa è soggetto-rete**, protagonista di filiere e sistemi di conoscenza, lavora per creare comunità-cliente, è misurata in responsabilità sociale, ha bisogno di un sindacato multietnico e co-gestionale, il capitale umano in generale e i giovani in particolare sono la sua risorsa più preziosa e limitata
- Perché?
 - **i Mercati** sono conversazioni, l'aspettativa di consumo è guidata da sobrietà e ricerca della felicità, gli eccessi TOP DOWN (finanza, energia, welfare sbagliati, etc.) sono tossine durevoli da trasformare
- Pertanto
 - **Le Istituzioni** sono chiamate ad attuare sviluppo sostenibile e trasparenza, ad eccedere in educazione e merito, a costruire e rendere fruibili nuove infrastrutture e modalità di partecipazione
- **Scelte e governance: modello BOTTOM UP**

L'impresa nel web 2.0 diventa "autoriale": organizzazione, rapporti, associazionismo si baseranno sul paradigma "contenuto e contentezza"



La Romagna, "piccola California italiana"



La riuscita e partecipata manifestazione ravennate si è conclusa con l'attesissimo intervento di Antonio Patuelli, vice presidente ACRI (Associazione di Fondazioni e Casse di risparmio Spa) e presidente del Gruppo Cassa di Risparmio di Ravenna Spa, che ha catturato il vivo interesse della qualificata platea ed ha contribuito ad aggiungere ulteriori contenuti di grande qualità e spessore, toccando numerosi aspetti, sia positivi che negativi, riguardanti sia l'intero Paese che la nostra provincia e con particolari riferimenti a materie legate al credito. In apertura, Patuelli ha sottolineato come la grafica delle proiezioni su Ravenna sia estremamente significativa e come sia importante riuscire ad organizzare, con ottimismo, la prevista elevata incidenza della popolazione anziana. Tuttavia occorre, soprattutto in

campo economico, leggere con prudenza i numeri e le informazioni tratti dalle previsioni ed affidarsi soprattutto ai consuntivi; infatti una fortissima attesa di ottimismo può alimentare aspettative che potrebbero rimanere poi deluse.

Il primo punto messo in evidenza è che ci troviamo di fronte ad una crisi che ha avuto origini finanziarie e che ha travolto successivamente la fiducia dei cittadini e, di conseguenza, si è poi trasferita nel comparto industriale e produttivo.

In Romagna e a Ravenna la situazione è caratterizzata da anomalie anticicliche, in quanto non esiste il "distretto industriale tipico", ma costituiamo una specie di "piccola California italiana", di aree vaste con complementarietà tra fattori contigui che preservano dalle ciclicità del mercato e questo è un elemento di forza.

Per quanto riguarda il credito, è importante avere una considerazione competitiva del settore; non si tratta soltanto di sportelli, ma di tipologie di approccio ed occorre una verifica continua di qualità: qualità che deve essere percepita attraverso il confronto.

La realtà nazionale è costituita da 100 banche italiane (capogruppo o autonome) e da 450 banche cooperative.

Dal 1993, con il Testo Unico frutto delle liberalizzazioni europee, il mondo bancario non è più un sistema, ma fondamentale è la competitività di mercato.

Analizzando alcuni indicatori relativi al credito, seppure ancora provvisori, emerge che le famiglie vivono in una situazione di maggior disagio ed il dato è preoccupante.

Crescono le sofferenze (in percentuale)

delle famiglie, sia consumatrici che produttrici, ma quelle delle imprese si mantengono relativamente sotto controllo. Secondo i dati analizzati dal presidente del Gruppo Cassa di Risparmio di Ravenna, a livello locale l'indicatore delle sofferenze bancarie sarebbe inferiore all'1%, mentre cresce lungo tutta la Via Emilia, zona più industrializzata, e a livello nazionale supera la soglia del 3%.

Anche considerando i prestiti erogati a inizio 2009, sembra che la crisi non abbia compromesso lo stato di salute di alcune attività basilari per l'economia ravennate e romagnola: crescono gli impieghi per i settori dei mezzi di trasporto, energia, telecomunicazioni, prodotti chimici, tessili, calzature e abbigliamento. I problemi riguardano invece soprattutto i comparti alberghiero, della pesca, servizi marittimi, carta-editoria, forniture e materiali elettrici. Nel complesso, per quanto riguarda le imprese non finanziarie, il dato locale è pari a +8%, quello nazionale +5%.

Per quanto riguarda i tassi di interesse, attualmente in Europa tendono a 1; sono attorno allo 0 in America; bisogna però prepararsi, avverte Patuelli, ad una inversione dei cicli dei tassi e dell'inflazione.

Infine, vista la carenza di fondi pubblici, conclude sottolineando l'importanza di sviluppare i circuiti virtuosi della sussidiarietà e del volontariato; le Fondazioni di origine bancaria sono il principale veicolo di sussidiarietà: in Italia ne esistono 88. Ravenna è la seconda provincia italiana con ben 4 Fondazioni, preceduta da Cuneo che ne evidenzia una in più.

Sicurezza-Commercio

Al via la corsa ai contributi stanziati dalla Finanziaria

La necessità delle attività commerciali di dotarsi di nuovi impianti di allarme e di videosorveglianza trova una valida risposta nei nuovi contributi stanziati dalla Finanziaria.

Un'agevolazione sotto forma di credito d'imposta determinato nella misura dell'80 per cento del costo sostenuto e, comunque, fino ad un importo massimo di 3.000 euro in favore delle piccole e medie imprese commerciali di vendita al dettaglio ed all'ingrosso e quelle di somministrazione di alimenti e bevande.

Ne parliamo con Mauro Siboni della Rier Impianti di Ravenna.

Alcuni negozianti che siamo riusciti direttamente ad informare hanno provveduto ad intensificare le loro dotazioni di sicurezza, ma soprattutto nelle ultime settimane abbiamo riscontrato un'impennata di richieste da parte di moltissime attività commerciali.

Quali sono le categorie più inte-

ressate ad usufruire di questi contributi?

Le tabaccherie si sono dimostrate molto attente, ma anche altri negozi, i bar, i ristoranti, le attività di commercio all'ingrosso, e tanti distributori di carburante.

A questo proposito ci siamo attrezzati per poter svolgere anche le pratiche burocratiche per conto dei nostri clienti, sollevandoli quindi anche da questo impegno.

Qual è la richiesta più frequente?

Essendo oramai quasi tutti dotati di impianto antifurto e di casseforti, l'interesse maggiore è rivolto verso i nuovi impianti di videosorveglianza che permettono di controllare il traffico interno alla propria attività commerciale, dissuadendo atti criminosi.

Ci sono però molte attività commerciali che, temendo la "spaccata" o il furto in velocità, cioè quello che si consuma in pochissimi minuti, hanno mostrato una

grande curiosità nei confronti dei prodotti nebbiogeni.

Cos'è un impianto nebbiogeno?

Parliamo di un sistema che esiste e che conosciamo da molto tempo, ma che ha incontrato una forte diffusione solo negli ultimi anni.

È un diffusore di nebbia calibrato in base all'ambiente che deve proteggere, che si affianca a qualsiasi impianto antifurto esistente.

In caso di allarme tale sistema soffia con potenza fino a saturare in pochissimi secondi il locale con una fittissima nebbia, nascondendo ai ladri ciò che vogliono rubare.

Dopo 9 secondi si riesce a fatica a trovare la via d'uscita.

È un sistema davvero sorprendente e che non lascia nessun tipo di residuo.

L'ultima applicazione da noi realizzata è stata in un officina di Ravenna.

In questo senso stiamo organizzando delle dimostrazioni nella nostra sede.



Un futuro di sicurezza!

Antifurto - Videosorveglianza - Antincendio

Al servizio del territorio



Lavori di ristrutturazione dei chiossi danteschi

La Fondazione Cassa di risparmio di Ravenna "è la continuazione ideale e patrimoniale della Cassa di risparmio di Ravenna. Persona giuridica privata senza fini di lucro, dotata di piena autonomia statutaria e gestionale, la Fondazione persegue esclusivamente scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico sociale". La Fondazione è presieduta da Lanfranco Gualtieri, segretario generale è Mario Bacigalupo. Anche per il 2009 l'istituzione ravennate ha deliberato un aumento degli interventi a favore di beni culturali, istruzione, assistenza, sanità, mondo giovanile, ricerca passando da 8,5 milioni di euro di investimenti a 8,750 milioni.

"Pur in un contesto difficile per la situazione finanziaria internazionale - commenta il presidente Gualtieri - siamo in grado di proseguire nella valorizzazione e nello sviluppo di importanti progetti. Di ciò va reso merito anche alla Cassa e alle banche del gruppo che con una positiva gestione ci consentono di destinare il 50% degli utili al

“

La Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna destinerà anche quest'anno 8,7 milioni di euro a cultura, servizi, giovani

”

territorio”.

Due - rileva anche il segretario generale della Fondazione, Mario Bacigalupo - gli interventi di particolare rilievo che spiccano tra i tanti sostenuti dall'ente di piazza Garibaldi: la ristrutturazione e l'ampliamento del palazzo ex Asili che, utilizzato in comodato dall'università, consentirà ai corsi di laurea della facoltà di Ingegneria di avere a disposizione 2 mila metri di aule e laboratori.

Ancor più rilevante è il programma di lavori per il restauro conservativo e il consolidamento dei Chiossi nell'ambito dei quali troveranno accoglienza il Museo Dantesco, l'Opera di Dante, l'Archivio storico della Cassa di risparmio di Ravenna, la Biblioteca economico-giuridica.

L'esercizio 2009 vedrà anche il completamento del piano pluriennale di sostegno alla realizzazione del Museo archeologico di Classe, con lo stanziamento di 900 mila euro, il contributo triennale alla Biblioteca Classense per 1 milione di euro in grado di sbloccare anche i fondi regionali.

LINGUERRI GIANFRANCO

53be

Demolizioni - Speciali
Sottofondi - Stradali
Escavazioni - Inerti

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

Il capitolo dedicato ad Arte, Attività e Beni culturali prevede uno stanziamento complessivo di 4,2 milioni di euro e comprende il consistente supporto al prestigioso progetto del Museo d'Arte della Città che ha programmato per il 2009 la mostra 'L'artista viaggiatore: da Gauguin a Klee, da Matisse a Ontani'. Non mancherà Dante 09, evento che vede accrescere anno dopo anno il prestigio e la partecipazione. Molto rilevanti, anche alla luce delle crescenti esigenze sociali, sono gli interventi a sostegno delle attività che riguardano i giovani. L'investimento, sommando le diverse voci, sfiora i due milioni di euro.

Accanto allo sviluppo dell'università (con gli investimenti in favore della Fondazione Flaminia) e al sostegno di progetti riguardanti la modernizzazione



Premio Casella a Lucio Dalla consegnato dal Presidente della Fondazione dott. Lanfranco Gualtieri

delle strutture scolastiche. È notevole l'investimento verso le società sportive dilettantistiche che si occupano della formazione sportiva delle giovani generazioni.

“Vogliamo investire nei giovani - afferma Gualtieri - dando continuità alla politica della Fondazione. Così come ci siamo impegnati per la realizzazione del moderno polo scolastico Lama Sud, così vogliamo essere al fianco di quelle società sportive che fanno crescere i giovani in ambienti sani, con valori positivi di rispetto reciproco”.

All'assistenza agli anziani e alle categorie disagiate e al volontariato sono destinati complessivamente 1,7 milioni di euro. In particolare la Fondazione ha deciso di intervenire a favore delle strutture residenziali per anziani a cura di Enti locali territoriali e Istituzioni assistenziali preposte.



Taglio del nastro all'inaugurazione della FAC di Ingegneria Immobile ex asili

Sostegno quindi alla Fondazione San Rocco per la nuova sede del centro anziani Fraternità di San Lorenzo a S.P. in Vincoli (250 mila euro), alla Casa di accoglienza dell'Opera di Santa Teresa (150 mila euro).

75be

coop
pubbli^lneon

<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<p style="text-align: center; font-weight: bold; margin: 0;">ELETTRONICI</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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

radio **LatteMiele**

Ravenna 97.500 fm

infoline advertising:
0544.511.311
tutte le frequenze su:
www.lattemiele.com

L'abolizione del libro soci per le s.r.l.

DI CRISTINA FRANCHINI*

La legge anti-crisi n. 2/2009 all'art.16 ha coinvolto le Camere di Commercio in un procedimento di semplificazione teso a ridurre gli oneri amministrativi a carico delle imprese: l'abolizione del libro soci per le società a responsabilità limitata e dell'elenco soci unitamente alla presentazione del bilancio annuale d'esercizio. Ma come si è arrivati a questo?

L'art. 2478 bis C.C. prevedeva l'obbligo di depositare l'elenco dei soci - redatto sulla base delle risultanze del libro soci - al Registro Imprese contestualmente al deposito del bilancio, mentre l'art. 2470 prevedeva l'efficacia del trasferimento delle quote con l'avvenuta iscrizione a libro soci: poteva quindi accadere che, al deposito di un atto di trasferimento delle quote, non corrispondesse la variazione nel libro soci, o perché gli interessati non la richiedevano o perché la società ne contestava l'efficacia con la conseguente possibile instaurazione di un giudizio, spesso ancora pendente al momento dell'approvazione del bilancio d'esercizio, nel cui corso il trasferimento era avvenuto.

Ora, con la nuova legge, il trasferimento delle quote ha effetto di fronte alla società dal momento del deposito al Registro Imprese fornendo allo stesso la funzione di aggiornare, modificare, certificare la consistenza e la qualità della composizione della compagine sociale, dall'inizio della vita della società fino alla sua cancellazione. Per avviare questa "rivoluzione" si è reso indispensabile disporre dell'archivio informatico del Registro Imprese "allineato" con il libro soci delle società e per questo il sistema camerale, a tempi di record, ha sviluppato un adempimento informatico "ad hoc"

a disposizione degli utenti, volto a garantire la qualità e congruità dei dati dichiarati al 30 marzo 2009 (scadenza prevista dall'articolo succitato), solo 60 giorni dopo l'entrata in vigore della norma.

All'indicazione della compagine sociale, con questo adempimento, si sono volute affiancare, per ogni socio, ulteriori preziose informazioni, già contenute nel libro dei soci: la parte di quota versata da ogni singolo socio e il domicilio dello stesso.

Infatti l'art. 2479 bis, disciplinando la procedura assembleare per esprimere la volontà sociale, dispone che l'avviso di convocazione debba essere spedito al domicilio del socio risultante dal Registro delle imprese. Si ricava, indirettamente, che l'inosservanza della norma potrebbe rendere la convocazione in assemblea non valida.

La riuscita dell'iniziativa è stata possibile grazie all'impegno di tutto il sistema camerale, che ha garantito una tempestiva ed uniforme risposta dando un segnale di efficienza nel produrre un software e un manuale unico a livello nazionale.

D'ora in poi l'esatta composizione della compagine sociale delle società a responsabilità limitata sarà assicurata esclusivamente dal Registro delle imprese, essendo venuto meno l'obbligo, in precedenza stabilito dal codice civile, della tenuta del libro soci presso la sede societaria, così come è stato abolito l'obbligo di depositare l'elenco soci aggiornato in occasione della presentazione del bilancio annuale d'esercizio.

*Responsabile Servizio Registro delle Imprese di Ravenna

LA STATISTICA



La guida al facchinaggio

di PIERPAOLO ZOFFOLI*

“**L**a guida dedicata alla normativa del facchinaggio cade in un momento quanto mai opportuno.” Così il 20 febbraio scorso ha esordito il presidente della Camera di Commercio di Ravenna, Gianfranco Bessi, alla presentazione della Guida alle imprese di facchinaggio, fortemente voluta dal Gruppo di lavoro istituito a Ravenna nel 2004 con funzioni tecnico-consultive per monitorare l’applicazione della nuova normativa in materia di riqualificazione delle imprese del settore. “La crisi economica” ha proseguito il presidente Bessi “spinge molte aziende ad operare nel settore delle merci e della logistica al limite della legalità. Si tratta di temi sui quali le istituzioni, le associazioni di categoria e le cooperative sono molto attente e sensibili

affinché le norme vengano applicate da tutti. Questa pubblicazione serve per acquisire la consapevolezza che il rispetto delle regole è alla base di una moderna e competitiva economia.”

Nella prima sezione della Guida vengono schematizzate forme e procedure degli appalti. La seconda parte invece riguarda la disciplina del rapporto di lavoro subordinato. L’appendice raccoglie l’elenco delle fonti normative. Rudy Gatta, responsabile del settore servizi di Legacoop, che assieme a Piernicola Ferri di Concooperative ha redatto la prima stesura del manuale, sottolinea che questo testo ha riunito buona parte delle normative riguardanti il settore, poiché non esistevano pubblicazioni che riguardassero esclusivamente i



RATIO sistemi

IL VOSTRO PARTNER PER LA LOGISTICA.

Nella nostra provincia, 12 dei maggiori consorzi, cooperative e imprese dell'autostrada e del facchinaggio fanno parte del Gruppo RATIO Sistemi.

Il Gruppo offre ai propri clienti la gestione di numerosi complessi legati alla logistica delle merci adottando strategie e tecnologie avanzate.

RATIO Sistemi garantisce l'affidabilità dei servizi utilizzando proprie risorse umane specializzate, i mezzi di trasporto e i magazzini della società.

RATIO Sistemi dispone di proprie piattaforme logistiche e ha realizzato un centro merci a Faenza.

Sede Operativa e Amministrativa
FAENZA (RA) - via Deruta 7 -
Tel. **0546 607011** - email: ratio@ratiosistemi.it

Magazzini FAENZA
FAENZA Loc. Fossolo (RA) - via Madrara 12 - Tel. **0546 44618**
FAENZA (RA) - via Deruta 7 - Tel. **0546 607011**

www.ratiosistemi.it

movimentatori delle merci.

“Sentivamo la responsabilità di fare una raccolta di norme che fosse specifica e non autoreferenziale. Ci siamo concentrati sulla duttilità dello strumento e pensavamo fosse necessario illustrare quali sono le regole che devono rispettare tutti quelli che intendono esercitare questo tipo di attività, o che vorranno svolgerla in futuro.”

Gatta ha evidenziato, inoltre, che ora committenza e impresa sono sottoposte agli stessi doveri, nonché alle medesime sanzioni. Questo testo è dunque rivolto a entrambi i versanti del facchinaggio e della movimentazione merci. “Ciò che è sancito a livello legislativo noi lo dobbiamo sancire con la buona pratica, per non rischiare di veder spazzate via dalla crisi queste professionalità.”

Sauro Bettoli, Vice presidente di Confcooperative, ha ricordato la complessità delle problematiche inerenti al settore dei trasporti e l'esigenza di una raccolta chiara e precisa da poter fornire a imprese e consumatori, sottolineando l'importanza del rispetto dei contratti e delle normative da parte di tutti gli attori.

Claudio Monti, della Direzione Provinciale del Lavoro, ha elogiato la praticità della pubblicazione e la sua grande utilità per aiutare una libera e corretta concorrenza tra le imprese. “Continueremo a svolgere attività di vigilanza, repressione e prevenzione affinché tutti i soggetti operino nel rispetto delle leggi vigenti. Tuttavia ciò non sarà sufficiente. Occorre investire per uscire dalla crisi e questo testo rappresenta un investimento per la ripresa economica non solo della comunità ravennate.” A conclusione del suo intervento l'avv. Monti ha anticipato inoltre che è in corso di revisione il Mansionario ormai datato, che sarà un altro utile strumento di integrazione e completamento della Guida.

Marco Chimenti, Direttore Generale di Confindustria Ravenna, ha auspicato, soprattutto per il settore dei servizi, non una chiusura ma un'apertura, una libera concorrenza nel rispetto delle regole. “Questo testo unico è quanto serve al settore per portare avanti i due concetti, libertà e legalità, da sempre stelle polari di Confindustria.”



Il Gruppo di lavoro in materia di facchinaggio, istituito presso la Camera di Commercio, che ha redatto la Guida, è composto dai rappresentanti di associazioni imprenditoriali (Confcooperative, Legacoop, AGCI, Confartigianato, CNA, Confindustria Ravenna), di organizzazioni sindacali (Filt-CGIL, Fit-Cisl, Uiltrasporti) e di enti (INPS, INAIL, Direzione Provinciale del Lavoro e Camera di Commercio).

*Ufficio per la regolazione del mercato



www.lavoro.ra.it

SE CERCHI PERSONALE HAI FATTO CENTRO

336bc

nel 2007

4814 richieste di personale
7517 posti di lavoro

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

Centro per l'impiego di Faenza, via Donati, 11 tel. 0546 600611
aziende.faenza@mail.provincia.ra.it

Centro per l'impiego di Lugo, piazzale Carducci, 16 tel. 0545 216211
aziende.lugo@mail.provincia.ra.it

L'unione fa il turismo



di BARBARA NALDINI*

I territori delle province di Forlì-Cesena e di Ravenna offrono insieme, dalla costa all'entroterra, dalle specialità enogastronomiche 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, che opportunamente integrati e adeguatamente promossi possono essere fonte di attrazione turistica. Grazie alle ricche proposte culturali che nascono dai poli museali forlivesi, cesenati e ravennati e alle peculiarità architettoniche dei numerosi monumenti, è stata avviata 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. Per potere integrare le eccellenze delle singole aree in un'offerta complessiva più ampia ed articolata e capace di utilizzare al meglio anche le infrastrutture operanti nel territorio come l'Aeroporto Ridolfi di Forlì, le due Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena han-

no programmato in collaborazione con APT Servizi Emilia-Romagna, azione di promozione turistica rivolta in particolare a Olanda, Belgio, Danimarca, Svezia e Germania.

“

Le Camere di Commercio di Ravenna e Forlì-Cesena insieme a Bruxelles ed Amsterdam per promuovere le eccellenze del territorio

”

Il primo appuntamento che le due Camere hanno organizzato per promuovere il territorio è stato a Bruxelles, grazie alla collaborazione dell'Aeroporto internazionale di Bruxelles oltre che alla gestione organizzativa dell'Aeroporto di Forlì. Oltre 100 operatori turistici di livello internazionale sono stati invitati nella splendida cornice dell'Atomium di Bruxelles lo scorso 12 maggio per far loro conoscere le attrattive turistiche e le tipici-

tà produttive delle due province. Non solo mare, ma l'entroterra con i suoi prodotti tipici sia enogastronomici che artigianali, le città d'arte, i musei, le terme, sono stati presentati attraverso video, slide e materiale istituzionale. Inoltre, le agenzie viaggi e i tour operator internazionali hanno potuto parlare direttamente con gli operatori presenti quali Società d'Area Terre di Faenza, Cervia Turismo, Gesturist, Forlì&Co, Asshotel Cesenatico, Premier Hotels di Cervia, i Comuni di Bagno di Romagna e Cervia rappresentati dal Sindaco e dall'Assessore al Turismo, Ascom Cervia. Le eccellenze vitivinicole delle due province sono state degustate grazie alla professionalità dell'Associazione Strada dei Vini e dei Sapori, mentre piatti a base di prodotti tipici come l'Olio Brisighello, il sale di Cervia, la piadina romagnola, i salumi di mora ed altri ancora, sono stati sapientemente preparati dallo chef del ristorante il Vecchio Convento di Portico di Romagna, Massimiliano Cameli. L'attività di promozione è poi proseguita nell'ambito della manifestazione “De Smaak van Italië” – Il gusto dell'Italia, una fiera mercato

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
gruppo bancario Banco di Sicilia e Banco di Napoli

www.bpr.it

La banca per l'impresa

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Per tutte le condizioni contrattuali si rinvia ai fogli informativi a disposizione della clientela presso ogni filiale della Banca e sul sito www.bpr.it

dedicata espressamente ai prodotti italiani. L'evento, organizzato da Maestro Events in collaborazione con la rivista "De smaak van Italie", si è tenuto dal 15 al 17 maggio 2009, nel parco del castello De Haar a Haarzuilens, un villaggio situato nei pressi di Utrecht e Amsterdam. La fiera ha offerto alle aziende partecipanti la possibilità di incontrare direttamente sul campo un campione molto rappresentativo dei loro potenziali clienti e nello stesso tempo di saggiare il gusto dei consumatori. Si parlava infatti di sapori italiani: vino, olio e prodotti tipici alimentari, ma anche le proposte turistiche per i vacanzieri che progettano la loro estate o un viaggio in bassa stagione in Italia, le offerte del mercato immobiliare per gli investimenti in seconde case, il settore artistico e artigianale, gli articoli per la casa, la moda e gli accessori. Per i nostri operatori è stato messo a disposizione uno spazio all'interno di uno stand col-



lettivo di 65 metri quadrati presso il quale incontrare buyer ed operatori economici e far degustare e vendere i propri prodotti. Due iniziative all'insegna delle eccellenze e delle tipicità che certa-

mente hanno aggiunto un tassello importante nella conoscenza e nella promozione all'estero dei nostri territori.

* Responsabile Servizio Affari Generali e Promozione economica CCIAA Ravenna



Porto Intermodale Ravenna S.p.a.



Porto Commerciale
San Vitale area 80 Ha
Terminal Containers
capacità di movimentazione
250.000 CT
Terminal Merci Varie
1.500 m. di banchina
150.000 mq. di piazzali
75.000 mq. di magazzini coperti
Parco Serbatoi
capacità complessiva
120.000 mc.
Via Darsena S. Vitale, 121
48100 RAVENNA
Tel. 0544 289711
Fax 0544 289901
e-mail: segreteria@sapir.it
internet: www.sapir.it

Economia in movimento nel territorio faentino

DI GIUSEPPE OLMETI *

Il Comune di Faenza, d'intesa con gli altri Comuni del comprensorio faentino, con il Tavolo delle Associazioni imprenditoriali e con le Organizzazioni Sindacali CGIL, CISL e UIL, ha promosso una Conferenza economica comprensoriale, alla quale sono state chiamate a dare il loro contributo le istituzioni, le associazioni, le organizzazioni e gli tutti i soggetti che operano per lo sviluppo dell'imprenditorialità, della ricerca, dell'innovazione e delle competenze professionali.

La conferenza, voluta dall'amministrazione comunale e dall'assessore Stefano Collina in particolare e coordinata dal Tavolo della Associazioni imprenditoriali nella persona di Roberto Ramina, ha preso avvio nell'estate 2008, e si è svolta attraverso un partecipativo e dinamico percorso di analisi, discussione e proposte che ha occupato l'intero autunno ed inverno 2008-2009, culminando in una giornata e mezza di presentazioni tenutesi venerdì 20 e sabato 21 marzo 2009.

Nata con lo scopo di delineare condizioni e prospettive di sviluppo del territorio, alla luce delle dinamiche socio-economiche che lo hanno caratterizzato negli ultimi anni, si è venuta ad intersecare con l'esplosione della crisi economica mondiale e a tale crisi la Conferenza si è adattata e modellata, coniugando all'obiettivo originale dello sviluppo territoriale quello di contributo al superamento delle difficoltà

locali che la crisi mondiale ha comportato.

Grazie alla collaborazione della società Progetto Europa, presieduta da Livio Barnabò, è stato possibile attuare un percorso che ha permesso di tracciare un'approfondita analisi del territorio, concretizzatasi in diversi percorsi di ricerca preventiva:

- una analisi del posizionamento competitivo del Comprensorio di Faenza (rating): il modello interpretativo del sistema di rating viene sviluppato all'interno di una specifica metodologia, realizzata per fornire assistenza consulenziale alle iniziative per la promozione e lo sviluppo economico dei territori; utilizzato inizialmente per supportare le imprese a valutare i vantaggi del territorio in relazione alle proprie esigenze

di business, il modello è stato successivamente implementato per supportare gli enti locali ad individuare le caratteristiche, i punti di forza e di debolezza dei propri territori in termini di attrattività degli investimenti e mantenimento delle condizioni di competitività;

- una sintesi dello stato di avanzamento del "portafoglio progetti" presentato nel corso della precedente Conferenza economica tenutasi nel 2002, al fine di valutare se e con quali risultati quali-quantitativi, le iniziative messe in campo siano state concretamente realizzate in termini di miglioramento della competitività del territorio, il tutto con l'obiettivo di partire dal lavoro svolto in questi anni per comprendere le priorità di oggi e gli ambiti di intervento prioritari

“
Analizzato il posizionamento competitivo del comprensorio
”

Bilancio Publimedia Italia Srl al 31/12/2008 - Certificato BDO

ATTIVITÀ	
B) Immobilizzazioni	93.088
C) Attivo Circolante	3.519.736
D) Ratei e Risconti Attivi	37.551
TOTALE ATTIVITÀ	3.650.375
PASSIVITÀ	
A) Patrimonio Netto	157.234
B) Fondi per Rischi ed Oneri	585.519
C) Trattamento di Fine Rapporto	137.895
D) Debiti	2.627.081
E) Ratei e Risconti Passivi	142.645
TOTALE PASSIVITÀ	3.650.375

C/ECONOMICO	
A) Valore della Produzione	5.317.306
B) Costi della Produzione	- 5.136.308
Differenza Valori e Costi Produzione	180.998
C) Proventi e Oneri Finanziari	51.436
E) Proventi e Oneri Straordinari	-4.526
Risultato prima delle Imposte	227.908
Imposte sul Reddito	- 115.401
UTILE DELL'ESERCIZIO	112.506

Elenco delle testate in concessione esclusiva:
Systema Bollettino Economico - La Pulce - Il Fè - Il Fè Casa -
Il Ro Più - Lions Insieme - Firms Industria Ravenna

374be



©2009_NewFotoVideo-Faenza_MarcoBondi

CONFERENZA ECONOMICA COMPENSORIALE DEL TERRITORIO FAENTINO 2009 RIPARTIZIONE PER TAVOLI TEMATICI E RELATIVI PROGETTI DI SVILUPPO

che saranno oggetto della Conferenza economica attuale;

- un benchmarking con altri sistemi territoriali in Italia ed all'estero (Montebelluna in Italia, Lille ed Aubagne in Francia, Karlsrona-Ronneby in Svezia) che hanno puntato sulla governance multilivello e sulla co-progettazione dello sviluppo, puntando alla eccellenza in tema di trasferimento tecnologico e diffusione dell'innovazione, in una analisi mirata a mettere a fuoco alcune possibili vie di sviluppo del territorio faentino e ad approfondire le scelte decisionali che sono state alla base di alcuni casi di successo.

A questa prima fase di analisi preparatoria è seguito il concreto percorso propositivo, attuato attraverso la costituzione di 4 tavoli tematici organizzati per approfondire la conoscenza delle caratteristiche del territorio e della sua economia: il lavoro dei tavoli ha dato quindi origine a 12 schede progetto sulle tematiche ritenute prioritarie per il nostro territorio, presentate e discusse il 20 e 21 marzo.

La Conferenza economica non intende però esaurirsi qui: i 12 progetti sono stati elaborati con l'evidente scopo di essere attuati nei prossimi mesi al fine di rappresentare il percorso di sviluppo economico di Faenza e del suo comprensorio e di contribuire al

TAVOLO 1

Competitività e fattori di attrazione

- Sviluppo imprenditoriale, consolidamento delle imprese esistenti e attrazione di nuove imprese nel comparto manifatturiero
- Piano strategico di valorizzazione ambientale, economica e culturale dei comuni collinari del comprensorio faentino con particolare attenzione al connubio tra ecologia, tecnologia e cultura
- Sviluppo del Polo di ricerca e innovazione tecnologica nel comparto agroalimentare a partire dal rilancio dell'area del Tebano e dalla costituzione di un sistema di "regia coordinata" per facilitare l'incontro tra domanda e offerta nel campo della ricerca e dell'innovazione
- Sviluppo delle condizioni di attrattività del territorio a partire dall'avvio di progetti finalizzati ad agevolare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro e a creare le condizioni per una condivisione delle priorità di sviluppo tra istituzioni e società civile.

TAVOLO 2

Economia della conoscenza e dell'innovazione

- Rafforzamento del rapporto tra sistema economico produttivo e mondo dell'alta formazione attraverso la valorizzazione delle opportunità legate alla creazione del Centro Universitario Europeo
- Sviluppo dei processi di innovazione e trasferimento tecnologico nel comparto della meccanica, dei materiali avanzati e negli altri settori del territorio attraverso lo sviluppo di un sistema di relazioni stabili tra ricerca, università e mondo delle imprese.

TAVOLO 4

Infrastrutture

- Infrastrutture per la viabilità civile e commerciale
- Logistica e potenziamento dello scalo merci
- Risorsa acqua: approvvigionamento per lo sviluppo del settore agricolo.

superamento di quegli aspetti di debolezza locale che la crisi mondiale ha innescato.

Numerosi e di qualità i contributi di analisi e progettualità venutisi a sviluppare, tutti disponibili nel sito del Comune alla pagina <http://www.racine.ra.it/suapfaenza/conferenzaeconomica2009.htm> unitamente ai file audio integrali degli interventi del dibattito finale.

*Caposervizio Promozione economica e Turismo,
Comune di Faenza

TAVOLO 3

Promozione del territorio, cultura, accoglienza

- Valorizzazione del centro storico e delle sue funzioni commerciali sociali e di servizio
- Sviluppo del brand "Faenza"
- Identità e Qualità del Territorio e dei suoi Prodotti: sviluppo del ruolo di Terre di Faenza nella regia e gestione coordinata dei prodotti e della promozione.

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
fabbri@fabbricostruzioni.it

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

 **ASSICOOP**
Ravenna

Donne con la valigia

DI MARIA ELISABETTA GHISELLI

“**D**onne con la valigia. Il turismo pensato dalle donne” è il tema di un convegno - organizzato dalla Camera di commercio di Ravenna su iniziativa del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile e svoltosi nel pomeriggio di giovedì 2 aprile negli spazi del Mar-Museo d'arte della città di Ravenna - che ha riscosso una ampia e interessata partecipazione. Obiettivo: promuovere e valorizzare i servizi offerti dalle strutture locali che si distinguono per servizi turistici offerti alle donne e family-friendly e/o promuoverne gli sviluppi futuri. Paola Morigi, segretario generale dell'ente camerale, ha introdotto l'argomento - il settore del turismo

entrambe le province, comprendente una sezione dedicata alla promozione del sistema turistico e commerciale e un'altra dedicata al turismo culturale; destinatari delle azioni di promozione e commercializzazione sono l'Olanda, il Belgio, la Danimarca, la Svezia, la Germania. “Donne con la valigia” - ha concluso Morigi - è un marchio già registrato, che viene oggi ripreso con l'augurio che la valigetta “24 ore” del logo possa trasformarsi presto almeno in un trolley, a indicare una più lunga permanenza nella nostra città. Fiorella Guerrini, presidente del Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di commercio di Ravenna e “anima” di questa iniziativa, ha

sentato oggi, naturalmente adattato alle peculiarità locali. Germano Savorani, assessore alla Formazione professionale della Provincia di Ravenna, ha offerto ampia disponibilità di collaborazione e sostegno per eventuali progetti di formazione del sistema di accoglienza. Mentre l'assessore alle Pari opportunità del Comune, Giovanna Piaia, che è stata anche moderatrice del convegno, ha ribadito che il Comitato per l'imprenditoria femminile ha saputo costruire nel tempo quel ponte tra politica e imprese indispensabile per il pieno successo delle iniziative e si è detta felice di affrontare una tematica ancora inesplorata, quale quella del turismo al femminile, rammari-



in chiave femminile, sia per quanto riguarda l'offerta sia per quanto riguarda il segmento di domanda costituito da donne che viaggiano da sole o con la famiglia - ricordando la notevole consistenza sul territorio provinciale di strutture ricettive (bed and breakfast, room and breakfast, agriturismi) gestite da imprenditrici e accennando alle prossime iniziative messe a punto dalle Camere di commercio di Ravenna e di Forlì. Le due Camere saranno infatti coordinatrici di un programma complessivo a favore degli operatori economici di

esordito con i dati afferenti la realtà dei B&B e degli agriturismi del territorio provinciale: numeri significativi, indicatori di un trend in crescita. Ravenna è un città d'arte, ha il mare, la collina, l'entroterra, ben quattro stabilimenti termali, parchi tematici e naturali e può vantare una consolidata tradizione nel campo dell'accoglienza turistica. Ma per combattere il turismo “mordi e fuggi” occorrono corsi di formazione mirata, rivolti alle persone e alle aziende, e nuova ispirazione si può trarre anche dal progetto della Regione Toscana pre-

“**L'iniziativa intende promuovere i servizi offerti dalle strutture locali**”

”
candosi che ancora oggi si equivochi sul turismo di genere confondendolo con il turismo a sfondo sessuale. Francesca Ferruzzi, amministratore delegato e direttore tecnico del consorzio Ravenna Incoming Convention & Visitors Bureau, ha evidenziato, dati alla mano, come nei B&B e negli R&B, negli agriturismi, negli alberghi, nelle agenzie di viaggio, nell'ecoturismo la presenza di imprenditrici donne sia sempre più forte. Perché le donne posseggono qualità innate utilmente spendibili nelle attività connesse al settore del



turismo: capacità di aggregazione immediata, di fare rete, di accoglienza e cura dei dettagli, di apprendimento linguistico, di empatia... Oltre, naturalmente, all'abilità organizzativa, alla prontezza nell'affrontare le emergenze, alla disponibilità all'ascolto e alla soddisfazione delle esigenze.

Donne imprenditrici e donne che viaggiano. Ma qual è l'identikit della donna "con la valigia"? Adulta, spesso laureata, impegnata nel lavoro, se è in vacanza cerca evasione, divertimento, relax e benessere ma vuole anche cultura, musica, spettacolo. Viaggia da sola o con i figli, per lavoro o esclusivamente per piacere. In quest'ultimo caso, viaggia spesso per recuperare una dimensione di deresponsabilizzazione, per ritrovare la ragazza che è in lei: il viaggio, infatti, è una porta attraverso cui si esce da una realtà per scoprirne altre. Se l'Hotel Artemisia di Berlino (il nome viene da Artemisia Gentileschi, prima grande pittrice italiana) è stato nel 1979 il primo in Europa a offrire servizi per sole donne, oggi esistono tour operator e catene alberghiere specializzate, perché il turismo al femminile è notevolmente cresciuto (+ 70% negli ultimi dieci anni secondo il settimanale Newsweek) e costituisce un target importante con esigenze specifiche.

L'intervento di Grazia Torelli, direttore dell'Agenzia per il turismo di Chianciano Terme e Val di Chiana, è stato dedicato al progetto "Benvenute in Toscana", di cui è coordinatrice. Un progetto regionale di sistema attivo dal 2004 che coinvolge pubblico e privato e il cui protocollo propone

offerte turistiche rivolte a donne che viaggiano sole o con figli impegnando gli operatori che vi aderiscono al rispetto di un disciplinare che garantisce standards di qualità. Due le finalità: sviluppare servizi turistici mirati e creare una rete di imprenditrici e strutture turistiche adeguate. Anche il logo, ricavato dalla "Dama con il mazzolino" del Verrocchio, è ricco di valore aggiunto, con il particolare insistito delle mani che stringono i fiori, dono di benvenuto, e il colore dello sfondo che varia a seconda delle cinque tematiche della vacanza: benessere, spiritualità e meditazione; ecologia e ruralità; conoscenza e apprendimento; vacanze attive; mondanità.

Una serie di testimonianze di operatori locali ha quindi fornito alcuni esempi di servizi turistici rivolti alla donna e alla famiglia nel nostro territorio.

Silvia Bonoli (di Village for all, associazione non profit con sede a Ferrara) è intervenuta sul tema del turismo etico e accessibile. La disabilità è un valore umano, civile, e, poiché ogni turista disabile è un turista a tutti gli effetti, anche economico. Il mercato del turismo accessibile è infatti un target - e non una nicchia di mercato come si potrebbe pensare - che acquista nuova importanza nell'attuale situazione di crisi. Sono infatti 50 milioni nel mondo, 36 in Europa e 3 milioni in Italia i disabili che desiderano affrontare l'esperienza del viaggio e della vacanza.

Creatività, flessibilità, disponibilità al cambiamento sono le qualità richieste per avviare un B&B, che non richiede l'apertura di una società e si

rivela una opportunità che permette di guadagnare, di utilizzare stanze in case troppo grandi, di fare nuove esperienze ed incontri, di rispolverare la conoscenza delle lingue straniere... Spesso, poi, costituisce un primo approccio al settore turismo prima di passare, con un minimo di sei camere e l'apertura della partita Iva, al Room & Breakfast, attività imprenditoriale vera e propria. Chiara Roncuzzi, coordinatrice dell'Associazione dei Bed & Breakfast e Room & Breakfast della provincia di Ravenna (Confartigianato), ha parlato dell'ospitalità extra-alberghiera quale importante risorsa complementare per l'offerta turistica del territorio.

Brunella Baioni dell'associazione "Donne in campo" ha affrontato il tema delle fattorie didattiche e degli agriturismi partendo dall'esperienza dell'azienda di famiglia. Mentre Francesca Bedei dell'Agenzia viaggi Millepiedi di Ravenna ha tentato di tracciare il profilo, estremamente articolato, della donna che viaggia ribadendo ulteriormente che il viaggio al femminile costituisce una esperienza di riappropriazione di sé e che proposte di viaggi appositamente elaborate sono ormai presenti nelle maggiori agenzie di viaggio.

Infine, un case history di successo: il caffè letterario "Strada facendo" di Mauro Marino (che si avvale di valide collaboratrici), che ha contribuito a riqualificare una zona della città definita disagiata.

***Ufficio Promozione e Comunicazione Camera di Commercio di Ravenna**

Marchi internazionali

di **FABIOLA LICASTRO** E **LICIA CHERICI** *

Il marchio internazionale consente, attraverso un unico deposito, di ottenere la protezione di un marchio nei diversi Paesi che aderiscono ad una Convenzione Internazionale denominata "Sistema di Madrid".

In primo luogo occorre individuare i paesi nei quali si intende ottenere la tutela: in linea di massima, i paesi da proteggere con il marchio dovrebbero essere, da una parte quelli dove si trovano i principali fabbricanti concorrenti e, dall'altra, i principali mercati di sbocco dei prodotti o di prestazione dei servizi.

Una volta individuati i paesi prescelti, si deve verificare che il marchio sia un segno distintivo registrabile in tali paesi e che non esistano marchi o altri diritti anteriori di terzi.

Il marchio dovrebbe essere depositato, sia in Italia che nei paesi esteri, prima ancora di iniziare la commercializzazione del prodotto, questo per potere godere al più presto dei diritti di esclusiva del marchio e per evitare il rischio di essere anticipati da terzi.

Il "Sistema di Madrid" è regolato da due distinti trattati: l'Accordo ed il Protocollo; alcuni Paesi aderiscono solo all'Accordo, altri solo al Protocollo ed altri ancora, come nel caso dell'Italia, ad entrambi. Attualmente i Paesi firmatari dell'Unione di Madrid sono 84, di cui 6 i firmatari del solo Accordo (Algeria, Egitto, Kazakistan, Liberia, Sudan e Tajikistan), 28 del solo Protocollo e 50 di entrambi. Dal mese di settembre 2009, diventa operativa l'adesione dell'Egitto al protocollo: sale quindi a 79 il numero dei paesi che vi hanno aderito. Requisiti principali per il deposito: per l'Accordo, aver registra-

to un marchio nazionale identico; per il Protocollo, aver depositato un marchio nazionale identico; per entrambi i Trattati, avere in Italia uno stabilimento o il domicilio o la cittadinanza. Ovviamente pagare le prescritte tasse nazionali ed internazionali. Il Sistema di Madrid offre quindi la possibilità di registrare il proprio marchio in 84 Paesi diversi con un minimo di formalità attraverso una sola procedura amministrativa, in una unica lingua e valuta, a mezzo di una amministrazione centralizzata per il registro e la gestione dei marchi. Tuttavia esistono due trattati e dei due, il Protocollo risulta essere quello più completo ed anche più snello per quanto riguarda le procedure attuative. Di conseguenza, lo sviluppo giuridico del Sistema di Madrid sta gradualmente portando l'attuale sistema "duale" (Accordo e Protocollo) verso un sistema unico (Protocollo) per la gestione dei depositi internazionali.

Il primo cambiamento fondamentale in questa direzione è stata la modifica della "clausola di salvaguardia": l'Assemblea dell'Unione di Madrid ha emendato l'art. 9 sexies del Protocollo abrogando la cosiddetta "clausola di salvaguardia". Tale modifica, entrata in vigore dal 1 settembre 2008, stabilisce che nelle relazioni tra le parti contraenti appartenenti ad entrambi i trattati prevalgono le regole del Protocollo su quelle dell'Accordo, pur in presenza di alcune deroghe al principio generale di prevalenza. L'Accordo rimane valido solo se, nelle relazioni tra parti contraenti, una di esse aderisce unicamente all'Accordo.

La domanda di registrazione di un marchio internazionale consiste in una estensione all'estero di una domanda di marchio nazionale e quindi presuppone una precedente o contestuale presentazione di domanda di marchio nazionale.

Se entro sei mesi dalla data in cui viene depositato un marchio nazionale se ne estende la validità a livello internazionale, è possibile rivendicare la priorità del precedente deposito. In questo modo il deposito



237be

METALTECNIC
© 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



SERVIZI ECOLOGICI e AMBIENTALI

Via Farneti, 5
(zona Bassette) Ravenna
Tel. 0544-456812
Fax 0544-689140
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 • colasvigilanza@libero.it

376be

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

Concessionaria per la pubblicità

PUBLIMEDIA

infoline advertising 0544 511311

ELENCO DOMANDE MARCHI

NR	E/R	DATA DEPOSITO	RICHIEDENTE	RAPPRESENTANTE	IMMAGINE	PAESI
18601	RINNOVO	26-02-2008	OTOSAN DI GAINARDI MASSIMILIANO	MICALI ALDO	OTOSAN	BOSNIA-ERZEGOVINA; CROAZIA; UNGHERIA; POLONIA; ROMANIA; SERBIA; FEDERAZIONE RUSSA E SLOVENIA
18602	P	25-03-2008	AMICI ATOS DI AMICI DANIELE E C SNC	RONCUZZI DAVIDE	amici	RUSSIA
18603	ESTENSIONE TERRITORIALE	28-03-2008	RINTAL SPA	MICALI ALDO	RINTAL	REGNO UNITO
18604	P	06-06-2008	SCRUPOLI SRL	RONCUZZI DAVIDE	frani	CINA
18605	P	19-06-2008	LA COLLINA TOSCANA SRL	RONCUZZI DAVIDE	collitali	AUSTRALIA; BAHREIN; CINA; COMUNITA' EUROPEA; GIAPPONE; MONGOLIA; SINGAPORE; STATI UNITI D'AMERICA
18606	RINNOVO	18-07-2008	PICCARI LIDIA	MICALI ALDO	elios	AUSTRIA; SVIZZERA; GERMANIA; SPAGNA; FRANCIA; CROAZIA; SLOVENIA
18607	P	03-09-2008	LA COLLINA TOSCANA SRL	RONCUZZI DAVIDE	VIA GAUDIA	GRECIA; SVIZZERA; AUSTRIA; SLOVENIA; UNGHERIA
18608	P	07-10-2008	VF VENIERI SPA	RONCUZZI DAVIDE	venieri	UCRAINA; CINA
18609	P	07-10-2008	VF VENIERI SPA	RONCUZZI DAVIDE		UCRAINA; CINA
18610	ESTENSIONE TERRITORIALE	11-12-2008	LA COLLINA TOSCANA SRL	RONCUZZI DAVIDE	collitali	IRAN
18611	P	12-12-2008	SCRUPOLI DI PAOLA FRANI & C SNC	RONCUZZI DAVIDE	PAOLA FRANI	MOLDAVIA; NORVEGIA; TURCHIA; BAHREIN; SIRIA; KAZAKISTAN; MAROCCO; EGITTO; AZERBAIGIAN; ARMENIA; GEORGIA; BIELORUSSIA; UZBEKISTAN;

del Marchio internazionale si considera effettuato nello stesso giorno di quello nazionale. Allo scadere dei sei mesi è in ogni caso possibile depositare il marchio internazionale, senza rivendicarne alcuna priorità.

La registrazione del marchio internazionale viene concessa dall'OMPI (Organization Mondiale de la Propriété Intellectuelle, in inglese WIPO - World Intellectual Property Organization). Per ottenere la registrazione internazionale dei marchi depositati in Italia, quale Paese di origine, occorre presentare, presso una qualunque delle Camere di Commercio situate nel territorio nazionale, per ciascun marchio, i documenti richiesti (o spedire direttamente all'UIBM

di Roma) e versare le tasse dovute. In particolare, l'OMPI ha predisposto un apposito formulario (MM1, MM2, MM3, ecc.) a seconda dell'appartenenza dei Paesi prescelti all'Accordo e/o al Protocollo, da compilare in determinate lingue straniere.

L'Ufficio Marchi e Brevetti della Camera di Commercio trasmetterà poi le domande di registrazione all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi che, dopo un primo esame, le inoltrerà all'OMPI di Ginevra.

La registrazione del marchio internazionale ha la durata di 10 anni, allo scadere dei quali si può richiederne il rinnovo per un pari periodo, senza limitazioni, dietro pagamento delle tasse prescritte.

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, 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/euro-sportello, 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



Carta dei servizi turistici, ecco i bed and breakfast

di Pierpaolo Zoffoli*



La Carta dei Servizi turistici di Qualità guadagna in questa edizione un quinto capitolo, dedicato ai Bed & Breakfast presenti sul territorio provinciale. Le “attività saltuarie di alloggio e prima colazione” emergono così dalla generica classificazione “altre strutture ricettive” e ottengono una sezione autonoma che illustra le regole peculiari del settore, regole che consentiranno agli operatori aderenti di vedere riconosciuto il proprio standard qualitativo.

La Carta segue passo-passo il rapporto consumatore-struttura: nei primi articoli vengono fissate le prassi della prenotazione e della conferma, mentre nei successivi punti si analizzano le tipologie delle sistemazioni in camera, le tariffe e i prezzi, nonché la varietà dei servizi offerti. L'articolo 9, intitolato “L'impegno dei Bed & Breakfast per un soggiorno ancora migliore” impegna gli operatori aderenti a fornire ai propri ospiti un servizio di biancheria e toilette alla pari di quello dei normali alberghi, materiale informativo sugli eventi e le opportunità del territorio, una scelta di prodotti locali da offrire durante la prima colazione nonché prodotti senza glutine. Dopo i paragrafi dedicati alle modalità di pagamento e ai vari oneri, si giunge all'ultimo articolo della sezione, intitolato “Reclami e Sportello di conciliazione”. Anche per i B&B, come in precedenza era accaduto per le altre tipologie di strutture presenti nella Carta, lo Sportello di Conciliazione della Camera di Commercio mette a disposizione la procedura di conciliazione, sistema semplice e rapido, alternativo alla giustizia ordinaria, per la risoluzione delle controversie di natura turistica. Le domande potranno essere presentate da entrambe le parti, direttamente allo Sportello di Conciliazione o a mezzo posta. Le locali associazioni dei consumatori si sono inoltre da tempo rese disponibili per assistere i turisti nelle varie fasi della controversia e, nel caso, rappresentarli in sede di conciliazione. La Carta dei Servizi Turistici di Qualità della provincia di Ravenna, non comprende soltanto i “diritti del turista”, ma accoglie anche quelli degli operatori, garantendo in questo modo ad entrambi supporto e tutela.

Il testo completo della Carta, nonché i moduli relativi alla conciliazione, sono disponibili sul sito internet della Camera di Commercio, anche in lingua inglese. L'elenco delle strutture aderenti, costantemente aggiornato, è anch'esso presente sul sito della Camera e offre la possibilità di collegarsi direttamente alle pagine web degli esercizi.

La commissione per i servizi turistici di qualità ha proposto per l'edizione 2009 della Carta di occuparsi del settore dei Bed & Breakfast. La decisione di creare questa sezione è scaturita anche alla luce delle direttive regionali che negli ultimi anni hanno iniziato ad

introdurre regolamentazioni ad hoc per i B&B. Già nell'agosto del 2001 una delibera della Giunta Regionale istituiva la categoria “Bed and Breakfast” e dava precise indicazioni per l'adozione di un simbolo di riconoscimento per queste attività, da utilizzare su tutto il territorio. La Legge Regionale n. 16 del luglio 2004, e in particolare una successiva delibera della Giunta del novembre di quell'anno, disciplinano con precisione le strutture ricettive dirette all'ospitalità e in particolare definiscono gli standard strutturali e i requisiti per l'esercizio delle attività di B&B. La Camera di Commercio di Ravenna, pertanto, proseguendo nel proprio impegno istituzionale nel settore della regolazione del mercato, ha accolto la proposta della commissione, dedicandosi quest'anno alla regolamentazione delle attività di Bed & Breakfast (quasi duecento nella nostra provincia) che, pur non essendo iscritte nel registro delle imprese, sono state inserite nel progetto in quanto realtà consistente e di assoluto rilievo all'interno del panorama turistico ravennate.

***Ufficio per la regolazione del mercato**

ROOM O BED & BREAKFAST

Room&Breakfast e Bed&Breakfast non sono, ovviamente, la stessa cosa. La differenza principale consiste nella diversa natura delle due attività. La prima è a tutti gli effetti un'impresa, iscritta al registro della Camera di Commercio, e sottoposta sia alla certificazione di prevenzione incendi che al controllo igienico-sanitario. La seconda invece è qualificata “a conduzione familiare” e i requisiti richiesti sono i medesimi dell'uso abitativo civile. Questo le consente di non essere iscritta alla Camera di Commercio ma la limita in quanto a numero di camere (massimo 3), nell'esercizio dell'attività (120 giorni all'anno o 500 pernottamenti) e le vieta servizi aggiuntivi come, ad esempio, la somministrazione di pasti oltre alla prima colazione o l'inserimento del proprio sito internet in circuiti di prenotazione. I gestori di R&B, invece, possono allestire fino a 6 camere e non hanno limiti per quanto riguarda la durata dell'attività o l'affiancamento di un esercizio complementare di ristorazione, qualora sia svolto dal medesimo titolare. I requisiti minimi di servizio (riordino e pulizia, cambio di lenzuola e biancheria) sono sostanzialmente gli stessi. Le attività di Room & Breakfast, tuttavia, sono tenute a garantire un servizio di ricevimento per almeno 8 ore su 24. La reperibilità è invece, per entrambi, prevista tra le 07,00 e le 23,00.



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

Videospesione 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



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



Holiday Inn

LE NOSTRE CAMERE



N. 124 CAMERE, TUTTE CON:
LETTI KING SIZE
CANALI SKY
INTERNET 24h GRATIS
ARIA CONDIZIONATA
CASSETTA DI SICUREZZA

IL NOSTRO CENTRO BENESSERE



APERTO A TUTTI DAL LUNEDI AL SABATO
LARGA VASCA IDROMASSAGGIO
SAUNA E BAGNO TURCO
DOCCIA AMAZZONICA
MASSAGGI E TRATTAMENTI ESTETICI

IL RISTORANTE "NONNA ZINA"



APERTO TUTTI I GIORNI A PRANZO E CENA
IDEALE PER TUTTI I TUOI INCONTRI
PRANZI DI LAVORO
CENE AZIENDALI
SPECIALITA' SICILIANE
RICCA CANTINA DI VINI NAZIONALI

IL NOSTRO CENTRO CONGRESSI



N. 5 SALE DA 50 A 350 POSTI
SCHERMO E VIDEOPROIETTORI
IMPIANTO DI AMPLIFICAZIONE
VIDEOCONFERENZA
MICROFONI E CONNESSIONE INTERNET

Holiday Inn Ravenna – Via E. Mattei n. 25 – 48100 Ravenna
Tel: 0544 455902 Fax: 0544 456446 Mail: booking@hiravenna.it
Sito: www.hiravenna.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

Delegazione

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



www.pmi-gate.org

Associazione Piccole e Medie Industrie
della Provincia di Ravenna