

bollettino
ECONOMICO

SYSTEMA



Camera di Commercio
Ravenna

ANNO LXV > n. 1 > MARZO 10 > 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 inoltro al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa.

Una sede all'avanguardia

Uffici funzionali per i nuovi servizi



APPROFONDIMENTI:
Class Action: la tutela
dei consumatori

CREARE
IMPRESE È
PIÙ SEMPLICE

I PREMI
"FEDELTA'
AL LAVORO"

CON SISTRI
CONTROLLO
DEI RIFIUTI

ARCHIMEDE
PENSA
AI NEONATI

*La forza del Gruppo Consar
è il risultato di una lunga storia:
una storia di passione e di avventura,
una storia di uomini e di investimenti,
di qualificazione e rinnovamento.*

movimento terra e demolizioni
trasporto liquidi alimentari
e liquidi chimici
movimentazione container
trasporti speciali e sollevamento
servizi ambientali
spurghi civili e industriali
trasporto merci rinfuse
piccola distribuzione
logistica e magazzini
distribuzione industriale

400 imprenditori del trasporto,
oltre 700 automezzi e mezzi meccanici,
più di 1200 uomini.

Consar è un grande gruppo,
organizzato ed efficiente.
Consar è il tuo partner affidabile.

Vieni a trovarci su www.consar.it



Certificato di Eccellenza n° 147

CERTIQUALITY
è membro della Federazione
CISQ





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 LXV numero 1/marzo 2010
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:

Saverio Amadori, Guido Lenzi, Pina Macri,

Ilario Rasini, Fausto Savoretti

Foto

Camera di Commercio di Ravenna, Giampiero

Corelli, Unione Prodotto Costa

Coordinamento redazionale

Mistral Comunicazione Globale sas

di Venturelli M. Vittoria e C.

Progetto grafico

TuttiFrutti - Ravenna

Impaginazione e fotolito

Full Print - Ravenna

Pubblicità

PUBLIMEDIA
I T A L I A

P.zza Bernini 6 - Ravenna

Tel. 0544 511311 Fax 0544 511555

info@publimediaitalia.com

www.publimediaitalia.com

Iscrizione R.O.C. 3083

Stampa

Tipografia Moderna - Ravenna

Direzione e amministrazione

Viale Farini, 14 - 48121 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

UN **GRAZIE** ANTICIPATO DA TUTTI QUESTI BAMBINI



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

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

▶ **non ti costerà nulla**

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

▶ **92041830396**



730

MODELLO 730-1bis
redditi 2005

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

FIRMA - *Giorgio Bianchi* - - - - -

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



FONDAZIONE LIONS CLUBS per la solidarietà

www.fondazioneions.org



MARZO 2010

- > 5 < **EDITORIALE**
Ora parliamo di futuro di **GIANFRANCO BESSI**
- > 6 < **LA SEDE**
La "nuova" Camera di Commercio
di **GUIDO LENZI E FAUSTO SAVORETTI**
- > 10 < **ENTI IN LINEA**
Creare imprese è più semplice
- > 13 < **SOCIETÀ**
UE: solidarietà in primo piano
di **PAOLA SAIANI**
- > 15 < **PREMI**
Tanta "Fedeltà al Lavoro" di **MARIA ELISABETTA GHISELLI**
- > 17 < **INTERNAZIONALIZZAZIONE**
NauticaMed World scopre nuovi mercati
di **PINA MACRÌ**
-  **APPROFONDIMENTI**
Class Action la tutela dei consumatori
- > 30 < **AMBIENTE**
Controllo rifiuti, ora c'è Sistri di **BARBARA NALDINI**
- > 32 < **L'ANGOLO DI ARCHIMEDE**
Un aiuto ai neonati
- > 35 < **IMPRESE**
Il marchio dell'ospitalità di **DANILO ZOLI**
- > 38 < **TURISMO**
Investire nel binomio cultura-natura
di **ILARIO RASINI**
- > 41 < **STORIA**
Tutti i Palazzi della Camera di **SAVERIO AMADORI**
- > 46 < **ARCHIVI**
L'ente camerale e la ricostruzione di **SAVERIO AMADORI**

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.

Riscopri la sensazione di un tenero abbraccio con le nuove avvolgenti fragranze della linea di ammorbidenti Scala.



www.decoindustrie.it





Dal settembre 2008, quando è deflagrata la crisi economica internazionale ripercossasi naturalmente anche sui nostri territori, la Camera di commercio, la Provincia, i Comuni e i soggetti economici hanno lavorato per contenerne gli effetti più drammatici.

Nelle varie riunioni dei Tavoli anticrisi si è deciso di sostenere ulteriormente i Confidi, di stringere accordi con le banche per garantire liquidità alle imprese e aiutare le famiglie colpite da situazioni di disoccupazione o cassa integrazione. Con la Regione è stato messo a punto il meccanismo degli ammortizzatori sociali in deroga.

Dopo un decennio di crescita, in cui abbiamo dato corso alle indicazioni concertate nel Patto dello sviluppo, abbiamo quindi fronteggiato un'emergenza dalla quale non siamo ancora usciti, anche se siamo certi di averne contenuto gli effetti negativi.

Ora si tratta di delineare le strategie dei prossimi anni.

Per questo entro quest'anno si terrà l'aggiornamento della Conferenza Economica provinciale, come previsto dal nuovo Patto sottoscritto nel luglio 2009.

Vi sono alcuni temi sui quali la nostra attenzione dovrà particolarmente concentrarsi.

Penso al porto, alle infrastrutture viarie e ferroviarie e alla logistica. I cambiamenti internazionali han-

no definito nuovi scenari. Il porto di Ravenna ha appena siglato un accordo con gli scali del Nord Adriatico e dobbiamo definire bene la nostra strategia nel settore container.

La destinazione a Ravenna del Tecnopolo apre le porte ad un forte impulso nel campo dell'innovazione e della ricerca; vi sono poi la green economy e i numerosi progetti sul tappeto.

Dobbiamo dare un senso logico a tutto questo, puntando a rilanciare anche un settore strategico come l'agroalimentare.

In un ambito di sviluppo sostenibile, è necessario valorizzare inoltre il turismo, un settore in ampia crescita.

Infine, welfare e integrazione sociale: sono sempre stati una priorità e dovranno continuare ad esserlo.

Ecco perché considero l'aggiornamento della Conferenza economica un momento essenziale non solo di riflessione, ma di pianificazione dei prossimi anni di sviluppo.

Gianfranco Bessi, Presidente della Camera di commercio di Ravenna





La "nuova" Camera di
Commercio

di GUIDO LENZI e FAUSTO SAVORETTI*

Palazzo Manzone fu realizzato nel 1953 su progetto dell'architetto Antonino Manzone. Esempio di razionalismo "nordico" (un riferimento culturale molto importante e in voga nella scena architettonica del dopoguerra), è un edificio che ha già i caratteri storici: il primato del suo disegno, poi emulato in tutta la città; il gusto del palazzo/nave, ma allineato agli altri adiacenti, a ricostituire la quinta stradale; la raffinatezza minimale dell'artigianato anni '50 che abbina materiali poveri e preziosi come il granito rosso levigato di Solberg con un alto impegno di forza lavoro.

Un testo prezioso e d'eccellenza, del suo tempo.

Alla fine degli anni '80 il palazzo viene completamente trasformato al suo interno. La Camera di commercio si estende, inglobando il vicino palazzo Sgubbi e palazzo Loreta su via di Roma. Il progetto (1987-90) è dell'architetto Filippo Monti. Gli interni vengono impreziositi da marmi bicromi e disegni lineari a tutta lunghezza, pareti in vetro policromo e una sala conferenze a piano rialzato: la Sala Cavalcoli. L'ultimo piano, originariamente con terrazze a pozzo, viene trasformato in biblioteca chiudendolo con vetri di ampia superficie. Il colore guida, un viola/lilla di tonalità fredda, diffuso nel periodo e nelle corde dell'architetto Monti, viene esteso a tutti gli ambienti, comprese le finiture metalliche esterne.

Le nuove esigenze camerali

Nel 2005 la Camera decide di aggiornare l'area a contatto con il pubblico, adeguandola alle nuove normative e rendendola accessibile. Da tempo si avverte la necessità di dotarsi di una rampa anche per disabili, così come è superata la sportelleria lineare con gli imponenti armadi metallici. Dal punto di vista funzionale il complesso presenta alcuni nodi critici a cui porre rimedio, come la sicurezza passiva, e la necessità di un aggiornamento focalizzato ad alcuni punti.

Il problema principale affrontato è stata la congestione ed insufficienza della dimensione dell'ingresso, privo di accessibilità per disabili e con la portineria molto minimale collocata sotto alla scala. L'impossibilità di distinguere i vari flussi di ingresso (chi accede agli sportelli a piano terra, chi accede alla Sala e chi sale la scala per raggiun-

gere gli uffici ai piani superiori) impediva anche un controllo attivo. L'ascensore era piccolo e non accessibile a disabili.

Per quanto riguarda la Sala Cavalcoli vi era l'esigenza di distinguerne maggiormente l'ingresso, liberandolo dalla commistione con gli uffici e consentendo l'accessibilità piena anche ai disabili, in particolare nella parte posteriore della sala.

Il progetto

A fronte di un'architettura così fortemente caratterizzata e completa, il nostro progetto cerca un dialogo con l'esistente per integrare, aggiornare e migliorare, ove possibile, il funzionamento della struttura.

La soluzione ai problemi di accessibilità è l'introduzione di un percorso inclinato all'interno dell'edificio. Quasi un portico, richiudibile automaticamente di notte da pannelli/parete a tutt'altezza. In questo modo si è realizzato uno spazio di comune accesso, non discriminatorio ed integrato nell'architettura. Il porfido esterno, della città e della corte, è ritagliato a smolleri, fortemente materici, su questo percorso. Come se il piano stradale si inerpicasse a superare queste differenze di quota.

In questo primo spazio si è conservata la decorazione interna fatta di specchi e marmi rossi, ora esterna; quasi un lacerto a testimonianza della stratificazione di linee e progetti. Il rosso del marmo si specchia nel verde del muro vetrato, vero e proprio nuovo segnale del rinnovamento della sede camerale. L'angolo vetrato verde opalino cela infatti la nuova portineria ed è il segno, discreto, che si inserisce nell'architettura esterna pensata da Manzone. All'interno, questo vetro ha la possibilità di essere illuminato a filo pavimento, sottolineando la propria funzione di quinta urbana e di segnale distintivo del rinnovamento della Camera di commercio.

Lungo la via Farini riconosciamo l'intervento da segni impalpabili quali le nuove vetrine per l'artigianato realizzate con retro-proiezioni su vetro e i sistemi oscuranti polarizzati.

Sul lato della Sala Cavalcoli è il nuovo ingresso con insegna che sfrutta la nuova ampia hall. Gli elementi del telaio strutturale, ora in nero, e le pareti d'onice a fiamma aperta sono il segno distintivo di un'ele-





ganza necessaria. Le finiture in ottone e i mosaici dei bagni vogliono essere un omaggio ai costruttori antichi di Ravenna.

Fuor di retorica, come realizzare un progetto in una sede così speciale?

Valorizzando ogni preesistenza, dando un nuovo significato a quanto di notevole era stato realizzato.

Ad esempio, i mosaici della sala a piano terra. Presenti sui pilastri del piano terra nella sala sportelleria, sono diventati il colonnato centrale ai lati del quale si distribuiscono gli uffici open-space aperti al pubblico. In precedenza questo spazio era fruito solo su un lato, in modo asimmetrico, col pubblico lato Farini e separato da un lungo bancone in granito. Ora questa sala è un grande spazio collettivo con una nuova illuminazione discreta a soffitto. Un piano di luce, regolata con l'ausilio di un geoposizionatore del sole che consente di aumentare la luce

negli orari in cui il sole non è a Sud o il cielo è coperto e di ridurla quando l'apporto di luce naturale lo consente. Questo corpo profondo e in penombra è ora pieno di luce, come forse auspicato anche da Manzone negli anni '50 con le sue ampie vetrate e da Monti con l'introduzione di separazioni vetrate in tutto l'edificio.

Per entrare nel Palazzo ora è necessario presentarsi o essere dotati di tesserino magnetico di riconoscimento. Nuovo spazio di filtro è anche il foyer della Sala Cavalcoli, luogo nel quale poter chiacchierare senza disturbare la platea; questo spazio prima mancava, ed è uno degli elementi che consente un miglioramento della fruizione senza stravolgere l'architettura esistente.

Tutto il piano terra è a strisce di granito rosso e nero, così come disegnato da Monti. Il nuovo bancone è allora a fasce, in legno chiaro e tinto nero. Così l'innovazione si presenta in questo contesto come

An advertisement for Banca Popolare di Ravenna's 'Conto Workingteam'. The background features a close-up of a hand holding a roll of white fabric with a dark pattern. The text is arranged in a clean, modern layout. At the top left, the number '357bc' is visible. The main headline reads 'Conto Workingteam' with the tagline 'l'obiettivo ci unisce'. To the right, the 'Conto Workingteam' logo is displayed with the slogan 'sinergie per l'impresa'. Below this, a descriptive sentence states: 'Il conto corrente che lavora in sintonia con la tua azienda e che ti offre esclusivi servizi bancari e molteplici agevolazioni.' At the bottom, the Banca Popolare di Ravenna logo is shown, along with the website 'www.bpr.it' and the slogan 'La banca per l'impresa'. A small disclaimer at the bottom left reads: 'Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Per tutte le condizioni contrattuali si rinvia ai fogli informativi a disposizione della clientela presso ogni filiale della Banca o sul sito www.bpr.it'.

un'aggiunta coerente, che dà una migliore leggibilità all'insieme conferendole anche quel calore di cui si sentiva la necessità.

Da questo spazio vi sono due scelte possibili: l'ingresso alla Sala Cavalcoli e la salita ai piani del Palazzo.

Ai piani superiori si accede con la scala rinnovata nel parapetto. In vetro stratificato extrachiaro e corrimano distinto in ottone satinato. Un tratto di parapetto precedente, non più a norma, è stato conservato a muro, a piano terzo, come riconoscimento di un'opera di qualità e artigianato presente in tutta la sede camerale.

Il pianerottolo intermedio è ora sede di importanti pannelli mobili in ottone e vetro fisso che realizzano la chiusura delle parti superiori del Palazzo, ad orari prestabiliti.

Al primo piano, due interventi: il restauro della Sala riunioni e il completo rinnovamento della Sala Giunta. La Sala è ricavata in un volume precedentemente irregolare, un po' di risulta. Ora si presenta definito da pareti in tessuto rosso e da una volta luminosa, con un bordo di luci blu da proiezione e la possibilità di proiettare video su tre lati.

Alla Sala Cavalcoli si accede dall'atrio comune o direttamente dalla corte, attraverso il cancello recuperato e fissato su un poderoso pilastro in ferro.

Il corsello a piano terra è illuminato anche da luci retrattili inserite nel porfido. L'insegna a lettere scattolate di ottone della Sala Cavalcoli è posta su due porte vetrate unificate che in precedenza servivano due ambienti diversi. Il nuovo è dissimulato ed integrato nell'architettura esistente.

All'interno la Sala si presenta rinnovata: confermata nelle sue caratteristiche essenziali quali la linearità del linguaggio, forte e seriale, dei graniti esistenti a pavimento, totalmente nuova nelle linee di luce a soffitto. Il corpo illuminante è stato progettato e realizzato appositamente. Queste linee di luce si specchiano nella parete vetrata posta di fronte, duplicando l'effetto dimensionale della sala. La sezione del prisma luminoso è trapezoidale, con i due lati pseudoverticali bianchi ed orizzontale beige, per aggiungere un tono caldo ad una sala tutta rivestita di graniti.

Le nuove sedute introducono il nero in questo contesto, presente ora anche nelle strutture verticali. Le gradazioni di beige/rosso presenti si complementano con la piacevole vista del verde naturale del giardino, visibile, oltre che dalla parete vetrata laterale, anche come riflesso nell'ampio specchio posto sul palco degli oratori.

* Progettisti

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

75be

coop
pubblineon

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

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

Creare imprese è più semplice

Dal 15 febbraio è più semplice aprire un'attività commerciale.

Il Comune di Ravenna e la Camera di commercio hanno realizzato nuove modalità telematiche, inerenti l'avvio di nuovi esercizi commerciali con una superficie non superiore ai 250 metri quadrati, che consentiranno ai due enti di scambiarsi informazioni che ora l'impresa era costretta a comunicare ad entrambi.

Tali modalità verranno estese anche ad altre tipologie commerciali.

Il Servizio commercio del Comune di Ravenna trasmetterà on line la pratica autorizzatoria (modello Com1) in suo possesso alla Camera di commercio



©2010 abc 407be

CONFAPI RAVENNA

40°
anniversario
1970-2010

**Le PMI muovono l'economia reale.
Da quarant'anni abbiamo l'onore di rappresentarle.**

www.confapiravenna.it

“

Il Comune di Ravenna e la Camera di commercio hanno realizzato nuove modalità telematiche che consentono iter accelerati per le nuove attività commerciali

”

che potrà utilizzare, senza richiederle un'altra volta alle imprese (come accaduto fino ad ora), tutte le informazioni in essa contenute necessarie all'aggiornamento immediato del Registro Imprese.

Al fine di rendere concretamente possibile questa innovazione, sono stati necessari alcuni interventi di natura informatica per adeguare e rendere interattivi i software dei due enti che oggi sono in grado così di far dialogare fra loro le rispettive banche dati.

Il progetto denominato "Enti in linea per il commercio di vicinato" è stato realizzato grazie ad un lavoro sinergico fra il Comune di Ravenna e Camera di commercio che, oltre a condividerne gli aspetti di convenienza ed utilità, hanno convenuto sugli obiettivi di semplificazione concreta nei confronti dei loro interlocutori comuni: cittadini imprenditori, soprattutto piccoli e medie, considerati gli attori principali dello sviluppo socio-economico e produttivo del territorio.

Gli impegni reciproci dei due enti, finalizzati ad assicurare al progetto la continuità e l'efficacia, sono stati assunti attraverso la sottoscrizione di un apposito Protocollo d'Intesa che prevede di estendere la semplificazione ad altre tipologie di vendita quali le forme speciali e, a seguire, alle varie tipologie di azioni che caratterizzano la vita dell'impresa (subentri, trasferimenti, ampliamenti). Da tempo il Sistema camerale è impegnato per lo sviluppo del mondo imprenditoriale, anche attraverso interventi di semplificazione amministrativa, legati in particolar modo all'utilizzo delle nuove tecniche informatiche e telematiche. La diffusione "a tappeto" di tali strumenti ha senza dubbio accelerato i tempi e ridotto i costi, ma c'è ancora parecchia strada da percorrere. Oggi diventa anche molto importante far dialogare le P.A. al fine di ridurre le pratiche burocratiche a carico delle imprese.

È in fase sperimentale anche la sperimentazione dell'invio telematico delle dichiarazioni di conformità degli impianti, che le imprese interessate potranno trasmettere direttamente dalla propria azienda, assolvendo con un unico invio l'onere am-



L'assessore comunale alle Attività Produttive, Matteo Casadio e il presidente camerale Gianfranco Bessi

ministrativo. Il sistema consentirà a Comune e Camera di commercio di condividere le dichiarazioni, semplificando concretamente gli oneri burocratici delle imprese impiantiste.

Tali interventi si inseriscono nel più ampio quadro di azioni che l'Amministrazione Comunale di Ravenna e la Camera di commercio stanno attuando per semplificare e snellire i procedimenti amministrativi mediante le nuove tecnologie.

Il Presidente della Camera di commercio Bessi, nella conferenza stampa del 2 febbraio scorso, ha dichiarato: "È un piccolo, ma significativo passo avanti sulla strada della semplificazione amministrativa, possibile solo attraverso la condivisione delle piattaforme informatiche tra enti e grazie alla collaborazione delle associazioni di categoria e dei professionisti. La collaborazione con il Comune di Ravenna ha permesso di concretizzare un progetto che potrà essere esteso agli altri Comuni della provincia. Colgo l'occasione per ricordare che la prossima entrata in vigore della ComUnica (Comunicazione Unica per la nascita dell'impresa) obbligatoria dal prossimo 1° aprile dovrebbe accelerare i tempi per le imprese, prevedendo la presentazione di una unica domanda per INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate e Registro delle Imprese della Camera di commercio. Anche questa è una significativa innovazione, ma crediamo che sarà necessario che un intervento legislativo preveda l'inserimento in ComUnica anche dei Comuni."

L'Assessore Casadio ha a sua volta aggiunto: "Ringrazio la Camera di commercio per la costante disponibilità che sta dimostrando nell'ottica della semplificazione amministrativa a vantaggio delle imprese. Lo dico perché se è vero che è importante che ogni PA cerchi di fare la sua parte per semplificare il proprio rapporto con le imprese, le imprese si accorgeranno di questi sforzi, e ce li riconosceranno, solo quando le PA riusciranno a dialogare bene tra loro, visto che ormai su molti adempimenti delle imprese insistono competenze di più PA. Con la Camera di commercio stiamo, in questo senso, facendo un buon lavoro."

PUBBLICITÀ GRANDI FORMATI:
SI VEDE MOLTO.
 (QUALCUNA DI PIÙ)



CAMION VELA



VS:



MANIFESTI 6x3

Dimensione Vs. pubblicità:
 m. 6x3



Efficacia di comunicazione:
 Alta



Posizionamento:
Dove si trova parcheggio
 (possibilmente in spazi di limitato intralcio alla circolazione)



Impatto urbano:
Problemi alla viabilità,
Inquinamento (a seconda del camion)



Costo:
 a partire da € **381,00** + IVA (stand by mensile)
 per 1 settimana



NON CONSIGLIATO



Dimensione Vs. pubblicità:
 m. 6x3



Efficacia di comunicazione:
 Alta



Posizionamento:
 Spazi dedicati comunali:
strade di grande affluenza
e posizione di elevata visibilità



Impatto urbano:
 Zero



Costo:
 € **149,00**
 per 2 settimane

CONSIGLIATO

Publimedia Italia mette a disposizione dei propri Clienti una gamma completa di mezzi pubblicitari: dai giornali alla radio, al web, cinema, affissioni... fino al door to door e ai cosiddetti "camion vela".

Ai nostri Clienti, però, vogliamo proporre **sempre e solo i mezzi più efficaci e convenienti**: ad esempio, per la pubblicità di affissione, tra camion vela e manifesti 6x3 non abbiamo nessun dubbio.

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com

NUMERO VERDE 800.862.220

PUBLIMEDIA
 I T A L I A
 CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ

UE: solidarietà in primo piano

DI PAOLA SAIANI*

La Commissione europea ha designato il 2010 quale Anno europeo della lotta alla povertà e all'esclusione sociale al fine di riaffermare e rafforzare l'iniziale impegno politico dell'UE formulato all'avvio della strategia di Lisbona a "imprimere una svolta decisiva alla lotta contro la povertà".

Spesso si associa la povertà ai paesi in via di sviluppo dove malnutrizione, fame e mancanza d'acqua potabile rappresentano i principali problemi per la sopravvivenza quotidiana. Ma povertà ed emarginazione sociale sono ben presenti anche in Europa, specialmente a seguito della crisi economica e finanziaria internazionale del 2008: pur essendo una delle regioni più ricche al mondo, risulta che nell'UE il 17% degli europei dispone ancora di risorse limitate e non riesce a soddisfare le proprie necessità primarie. Ciò significa che quasi 80 milioni di persone vivono a rischio di povertà. L'anno europeo vuole essere un'occasione per rilanciare l'impegno verso la solidarietà, la giustizia e l'inclusione sociale. Dare visibilità ai problemi e alle necessità delle persone che vivono nella povertà e nell'esclusione sociale, eliminando cliché e luoghi comuni, e collaborare con la società civile e le organizzazioni non governative che lottano contro questi problemi, sono alcune delle azioni che l'Anno europeo intende promuovere.

PERCHÉ L'ANNO EUROPEO

"La povertà e l'emarginazione sociale sono presenti anche in Europa. La povertà e l'esclusione di un individuo contribuiscono alla povertà della società intera; di conseguenza la forza dell'Europa risiede nel potenziale dei singoli individui". È questo il presupposto alla base della decisione degli organi dell'Unione Europea di designare il 2010 quale Anno europeo della lotta alla povertà e all'esclusione sociale.

Sito ufficiale: www.2010againstopoverty.eu

OBIETTIVI E PRINCIPI GUIDA

- **Riconoscimento di diritti** – riconoscere il diritto fondamentale delle persone in condizioni di povertà e di esclusione sociale a condurre una vita dignitosa e far parte a pieno titolo della società. L'Anno europeo sensibilizzerà maggiormente il pubblico alla situazione delle persone in condizione di povertà, prestando particolare attenzione alle categorie o alle persone in situazioni vulnerabili e contribuirà ad agevolare il loro efficace accesso ai diritti sociali, economici e culturali, a risorse sufficienti e a servizi di qualità. L'Anno europeo contribuirà anche a combattere gli stereotipi e la stigmatizzazione;
- **Responsabilità condivisa e partecipazione** – aumentare la partecipazione pubblica alle politiche e alle azioni di inclusione sociale, sottolineando la responsabilità collettiva e individuale nella lotta alla povertà e all'esclusione sociale e l'importanza di promuovere e sostenere le attività di volontariato. L'Anno europeo promuoverà la partecipazione dei soggetti pubblici e privati, anche mediante partenariati dinamici. Esso favorirà la sensibilizzazione e l'impegno, creando possibilità di partecipazione per tutti i cittadini, in particolare per coloro che hanno un'esperienza diretta o indiretta della povertà;
- **Coesione** – promuovere una società più coesa, sensibilizzando i cittadini sui vantaggi offerti a tutti da una società senza povertà, che consente l'equità distributiva e nella quale nessuno è emarginato. L'Anno europeo promuoverà una società che sostiene e sviluppa la qualità della vita, compresa la qualità delle competenze e dell'occupazione, il benessere sociale (compreso quello dei bambini) e la parità di opportunità per tutti. Tale società garantirà inoltre lo sviluppo sostenibile e la solidarietà intergenerazionale e intragenerazionale nonché la coerenza politica dell'azione intrapresa dall'Unione europea su scala mondiale;
- **Impegno e azioni concrete** – riaffermare l'impegno politico dell'Unione europea e degli Stati membri ad attivarsi con determinazione per eliminare la povertà



e l'esclusione sociale e promuovere tale impegno con azioni a tutti i livelli del potere. L'Anno europeo rafforzerà l'impegno politico, richiamando l'attenzione politica e mobilitando tutte le parti interessate, a favore della prevenzione della povertà e dell'esclusione sociale e della lotta alle medesime e imprimerà un nuovo slancio all'azione dell'Unione europea e degli Stati membri in questo campo.

AMBITI STRATEGICI PRIORITARI

Conformemente all'analisi effettuata e alle priorità individuate nella relazione congiunta sulla pro-

tezione sociale e sull'inclusione sociale, le attività dell'Anno europeo dovrebbero concentrarsi sui temi seguenti:

- promozione di strategie multidimensionali integrate intese a prevenire e ridurre la povertà, in particolare la grave povertà, e di approcci da integrare in tutte le pertinenti politiche;
- lotta contro la povertà infantile, compresa la trasmissione intergenerazionale della povertà, nonché la povertà all'interno della famiglia, prestando un'attenzione particolare alle famiglie numerose, alle famiglie monoparentali e alle famiglie che si prendono cura di una persona a carico, nonché la povertà vissuta dai bambini negli istituti;
- promozione di mercati del lavoro inclusivi, affrontando il problema della povertà lavorativa e la necessità di rendere il lavoro redditizio.

Fonti: Commissione europea e Dipartimento Politiche Comunitarie

IN ITALIA

È stata firmata il 22 dicembre 2009 la Direttiva del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali concernente le linee di indirizzo per la presentazione di proposte progettuali finalizzate alla realizzazione del Programma nazionale per il 2010, Anno europeo della lotta alla povertà e all'esclusione sociale.



* Azienda Speciale SIDI Eurosportello
Camera di Commercio di Ravenna

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**

Tanta "Fedeltà al Lavoro"

DI MARIA ELISABETTA GISELLI*

In una rinnovata sala Cavalcoli - gli interventi di ristrutturazione e riqualificazione sono avvenuti nell'ambito di un progetto complessivo di riorganizzazione dei locali camerali finalizzato a rendere l'ente camerale e i suoi servizi sempre più in linea con le esigenze delle imprese - gremita di pubblico emozionato e partecipe, si è tenuta il 18 dicembre scorso, alla presenza del presidente della Regione Vasco Errani, delle massime autorità istituzionali e dei rappresentanti del mondo economico locale, la cerimonia di premiazione del 29° Concorso Fedeltà al lavoro e progresso economico e della quinta edizione del Premio Teodorico. Su richiesta della Camera di commercio, la filiale ravennate di Poste Italiane ha approntato per questa occasione uno speciale annullo postale.

Il Concorso Fedeltà al lavoro, che la Camera di commercio di Ravenna ripropone annualmente dal 1952 per sottolineare il valore etico, sociale e civile del lavoro e dell'attività imprenditoriale, acquista quest'anno un significato particolare, espresso efficacemente dal presidente camerale nel suo intervento.

"Un anno, il 2009, che deve essere ricordato - ha detto Gianfranco Bessi - non solo come uno dei più difficili nella storia dell'economia internazionale, ma come un punto di svolta, una occasione per nuove, più grandi opportunità. Il lavoro, fatto di intelligenza creatività sacrificio, e l'impresa, che svolge un ruolo insostituibile per la creazione di benessere diffuso sul territorio e per la tenuta sociale, sono i valori fondativi su cui contare per dare vita a un



Da sinistra: il consigliere regionale Miro Fiammenghi, i presidenti della Provincia Francesco Giangrandi e della Regione Vasco Errani, Domenico Berardi, il presidente della Camera di Commercio Gianfranco Bessi, Anna Maria Buzzi, il sindaco di Ravenna Fabrizio Matteucci, il prefetto di Ravenna Riccardo Compagnucci e il senatore Vidmer Mercatali

nuovo e diverso sviluppo...Ravenna ha in sé i valori basilari per agganciare al meglio il treno della ripresa e i premiati di oggi ne sono una testimonianza”.

La fiducia nel futuro di Ravenna, nelle risorse del territorio, nella grande capacità di coesione che lo connota, nell’impegno comune per affrontare la crisi, nella sottoscrizione del nuovo Patto per lo sviluppo è stata ribadita con forza anche negli interventi del sindaco di Ravenna Fabrizio Matteucci e del presidente della Provincia Francesco Giangrandi.

Il concorso Fedeltà al lavoro, rivolto inizialmente a lavoratori e imprese della provincia distintisi per la lunga e significativa attività lavorativa e imprenditoriale, ha modificato nel tempo i criteri di attribuzione dei premi tenendo conto delle trasformazioni economiche e sociali. Nel caso del lavoratore dipendente, il concetto di fedeltà a una stessa azienda è stato sostituito dalla continuità lavorativa anche in più imprese, poiché oggi il lavoro è caratterizzato da una maggiore mobilità interaziendale; per quanto afferisce l’impresa, il premio è stato esteso ai dirigenti, tenendo conto della maggiore complessità aziendale e della diversificazione tra proprietà e direzione, e si sono aggiunti i temi dell’innovazione tecnologica e della responsabilità sociale.

I 39 premiati dell’edizione 2009 hanno ricevuto le medaglie e gli attestati in un clima festoso, sottolineato da ripetuti applausi. Prima di loro, sono stati premiati i vincitori del Premio Teodorico, che da cinque anni viene attribuito nella stessa occasione a personalità, legate a Ravenna, che si sono particolarmente distinte nei più svariati campi (economico, professionale, artistico, sportivo, dell’iniziativa sociale...) accrescendo così il prestigio della comunità provinciale. Per il 2009

gli esempi di eccellenza sono stati tre.

Per il settore della ricerca il riconoscimento è stato assegnato alla memoria di Silvio Buzzi, oncologo e ricercatore scomparso recentemente: la validità terapeutica della molecola antitumorale da lui scoperta, il CRM 197, è stata provata da studi rigorosi e dagli ottimi risultati ottenuti in Giappone dalla sperimentazione clinica.

Per il mondo della cultura il premio è stato conferito a

Domenico Berardi: operatore culturale, giornalista, storico, accademico, ex direttore dell’archivio storico del Comune di Ravenna, nel 1993 ha ricevuto il “Guidarello”, il prestigioso riconoscimento di Confindustria Ravenna. Al canoista Marcello Miani, a soli 25 anni atleta di punta della Canottieri Ravenna, campione mondiale e protagonista di una stagione fantastica, è andato il riconoscimento per il settore dello sport.

Nell’intervento di chiusura il presidente della Regione Emilia Romagna, Vasco Errani, ha ulteriormente affermato che la crisi ha fatto emergere che i valori fondanti dell’economia sono il lavoro e il valore sociale dell’impresa e ha così concluso: “Basta leggere le motivazioni dei premi Fedeltà al lavoro e Teodorico per comprendere che per produrre benessere bisogna tornare ai “fondamentali”: fare crescere la comunità e non grandi ricchezze destinate a pochi”.

* Ufficio Promozione e Comunicazione
Camera di Commercio di Ravenna

“

I tre riconoscimenti per il Premio Teodorico sono andati a Silvio Buzzi, Domenico Berardi e Marcello Miani. In chiusura l’intervento del Presidente della Regione

”

158be

**CONFICCONI
DANIELE**

Impianti elettrici civili e industriali

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



NauticaMed World

scopre nuovi mercati

di PINA MACRÌ*

La Camera di commercio di Ravenna con il supporto della propria azienda speciale, l'Eurosportello, continua a promuovere e a valorizzare iniziative a sostegno dell'internazionalizzazione del comparto nautico romagnolo. Sul piano nazionale Ravenna si configura, assieme alla Camera di commercio di Lucca, tra quelle più attive e competenti per la nautica, progettando e sviluppando eventi di partenariato internazionali che si collocano all'interno del progetto Nautic Italy e che vengono presentati al "tavolo nazionale della filiera nautica" per poi essere approvati e co-finanziati nell'ambito degli Accordi di Programma ICE-Unioncamere nazionale.

Tra gli eventi previsti nel progetto Nautic Italy, figura la manifestazione NauticaMed World che Ravenna organizza da vari anni e che nel 2010 si svolgerà dal 12 al 15 maggio presso le Artificerie Almagià, nella darsena di città.

NauticaMed World è un evento di incoming finalizzato alla creazione di opportunità di scambio e di cooperazione economica con operatori provenienti per questa settima edizione da Australia, India, Inghilterra, Spagna e Russia. A Ravenna parteciperanno circa 20 operatori, rappresentativi dei paesi selezionati, i quali in qualità di responsabili acquisti, dealer, titolari, amministratori delegati di cantieri nautici e di società di importazione e distribuzione di prodotti/accessori per la nautica valuteranno le offerte e le proposte commerciali dei produttori italiani. Gli incontri d'affari selezionati (b2b) tra le imprese italiane ed estere si svolgeranno all'Almagià, la location sarà allestita con stand personalizzati.

L'edizione 2010 si focalizzerà, dunque, su questi cinque importanti Paesi: Australia, India, Inghilterra, Spagna e Russia. Ecco le motivazioni che ci hanno portato a selezionarli.

Australia

Innovazione, capacità di progettazione e di lavorazione sono le caratteristiche principali del settore nautico australiano.

L'industria nautica australiana ha un fatturato di circa 5,5 miliardi di A\$. Lo Stato del New South Wales è la regione trainante del settore con un turn over di circa 2.1 miliardi di A\$ seguito da Queensland (1.25 miliardi di A\$), Victoria (1.15 miliardi di A\$) e Western Australia con 0.35 miliardi di A\$.

Il settore marino australiano è rinomato in tutto il mondo per fornire soluzioni concrete a situazioni marine complesse e i loro prodotti sono celebrati per

innovazione, progettazione e lavorazione. Lo stesso governo australiano riconosce il settore nautico come emergente e indica l'Italia (insieme a USA, Nuova Zelanda, Singapore e Nuova Caledonia) quale fornitore privilegiato e partner per la crescita del settore.

L'export australiano in questo settore ha un valore di \$ 750 milioni. Il settore è composto da circa 2.700 aziende le quali impiegano oltre 29.000 persone (delle quali 11.200 solo nel New South Wales, 6.400 nel Queensland, 6.200 nel Victoria, 2.100 nel Western Australia, 1.400 tra South Australia e Northern Territories e 900 in Tasmania). Le dimensioni delle imprese sono medio-piccole (Fonte ICE Sydney 2009).

India

Settimo Paese al mondo per dimensioni, con una crescita del 9% del prodotto interno lordo negli ultimi 3 anni e solo con una lieve contrazione nel 2009 (PIL superiore al 6%). L'India ha registrato la crescita più veloce tra la popolazione collocata nella fascia degli High Net Worth Individuals che nel biennio 2007-2008 è aumentata del 23%. Secondo l'agenzia indiana di statistica NCAER delle 206 milioni di famiglie sparse in tutto il paese 1 milione e duecento mila hanno un reddito annuale superiore a 1 milione di Rupie; di queste il 21% sono concentrate a Mumbai.

I punti di forza del comparto nautico indiano sono: la presenza di marchi internazionali; un mercato in fase di forte crescita; minor traffico via mare rispetto ai collegamenti stradali interni; meno inquinante e più efficiente nei tempi, il comparto ha un forte potenziale di crescita occupazionale in quanto per ogni yacht si richiede una media di 10 addetti tra equipaggio ed operai.

I punti di debolezza invece sono: l'assenza di marine che si riflette sulla scarsità di ormeggi e di attrezzature di accoglienza; un elevato intervento statale nello sviluppo delle infrastrutture marine/porti turistici nel paese; una limitata competenza tecnica nelle attività di manutenzione e di assistenza delle infrastrutture per imbarcazioni; un elevato investimento iniziale ed elevati costi per il mantenimento delle imbarcazioni (dazi doganali che raggiungono il 35%) e infine l'assenza di normative e leggi specifiche che regolamentano l'industria nautica.

Attualmente in India sono registrate meno di 300 barche prodotte da cantieri/brand esteri, di cui 120 super-yachts e 150 imbarcazioni da diporto veloci. Considerando l'attuale scenario che stima la vendita in circa 120 barche all'anno, la domanda di imbarcazioni da

diporto per i prossimi 10 anni (2009-2018) dovrebbe assestarsi intorno alle 4.500 unità. Tuttavia in uno scenario più promettente dove le problematiche infrastrutturali e normative venissero affrontate adeguatamente, la domanda potenziale potrebbe raggiungere le 13.000 unità (Fonte ICE New Delhi, 2009).

Inghilterra

Il settore della nautica da diporto nel 2009 ha registrato nel Regno Unito un buon risultato nonostante la recessione economica in atto. Tra i produttori britannici si mantiene comunque un elevato livello di fiducia per quanto riguarda ulteriori miglioramenti per il 2010.

I punti di forza del comparto si basano sia su una sostenuta richiesta per imbarcazioni nuove ed usate, che su una forte domanda di componentistica ed accessori derivante da una continua manutenzione delle imbarcazioni sempre più aggiornata a livello tecnologico.

Il positivo andamento tendenziale del mercato è anche dato da una buona domanda per imbarcazioni di minore dimensione, sia ad uso ricreativo che commerciale.

Il mercato di unità da diporto "super yachts" si è attestato nel 2009 intorno ai 533 milioni di sterline di fatturato, con un incremento del 15,3% rispetto all'anno precedente. Ad oggi si registrano più di 3.600 impiegati nel comparto, con un trend in crescita rispetto ai precedenti anni.

L'intero settore della nautica, incluso i servizi, ha riportato nel 2009 un fatturato di 3,16 miliardi di sterline, con un incremento dell'1,9% rispetto al 2008. L'industria britannica di imbarcazioni da diporto conta 4.200 aziende con 34.000 dipendenti, localizzati principalmente nel Sud Est e Sud Ovest dell'Inghilterra. Sono 69 le compagnie con più di 50 dipendenti che formano quasi la metà del totale del fatturato del settore. Durante il 2007 ed il 2008, anni di espansione del settore, nonostante l'inizio della recessione, si è registrato un notevole sviluppo delle strutture portuali nelle coste meridionali della Gran Bretagna, sviluppo che nel 2009 si è andato poi rallentando per l'aggravarsi della congiuntura economica. Circa il 50% della nautica praticata nel Regno Unito riguarda quella dell'entroterra lungo fiumi, laghi e Canale della Manica

In considerazione del risanamento della situazione economica in atto nel Regno Unito si prevede un maggiore sviluppo nel settore (Fonte ICE Londra, 2009).

Spagna

Il settore nautico spagnolo ha seguito una tendenza di crescita in immatricolazioni dal 2002 al 2006 con un aumento accumulato del 22%. Dal 2007, invece, a causa della crisi che si sta vivendo a livello mondiale, si è registrata una caduta tanto nella domanda come nelle vendite.

Nell'ottobre del 2009 risultavano registrate 355 concessioni nautiche sportive e la Regione della Galizia era al primo posto con un totale di 85 concessioni (20% del totale). Le isole Baleari si collocavano al secondo posto con 68 (16% del totale), seguite dalla Catalogna con 58 e dall'Andalusia con 52.

Le infrastrutture portuarie e i servizi finanziari vin-

colati alla nautica sono i fattori chiave per potenziare il settore, ma importanti sono anche miglioramenti legislativi che permettano l'adeguamento della fiscalità, delle normative e delle patenti nautiche per equipararle a quelle dei paesi vicini come la Francia e l'Italia.

Per quanto riguarda le importazioni spagnole, il principale fornitore del mercato locale è l'UE che rappresenta il 57% circa del totale import del Paese, quota che evidenzia, comunque, una riduzione progressiva del peso dell'area comunitaria (65,47% nello stesso periodo del 2008), seguita dall'America con il 28% circa del totale (con un calo di 29,71% rispetto allo stesso periodo del 2008).

La graduatoria dei fornitori per singoli paesi, colloca Italia, Stati Uniti e Francia ai primi posti, seguiti dal Regno Unito e delle Isole Caiman (Fonte ICE Madrid, 2009).

Russia

L'Italia occupa una posizione intermedia nel mercato delle imbarcazioni da diporto. Nel 2008 dall'Italia sono state importate 78 imbarcazioni per un valore di circa 11 mln di dollari, pari al 5,9% dell'import totale. Tuttavia la presenza italiana sul mercato non è omogenea: vi sono categorie in cui la presenza è più marcata ed altre in cui non se ne registra alcuna.

Sulla base dei dati del Comitato delle Dogane della Federazione Russa, nel 2008 la presenza italiana nell'ambito delle importazioni ha contato secondo le seguenti percentuali: Gommoni: 1% del totale delle imbarcazioni italiane fornite in Russia (114.058\$, 7 unità importate e ufficialmente registrate); Barche a vela: 0% (nessuna importazione ufficiale registrata); Barche e catamarani a motore: 94% (10.238.078\$, 11 unità importate e ufficialmente registrate); Altre imbarcazioni: 5% (545.341\$, 60 unità importate ed ufficialmente registrate). Risulta evidente che negli ultimi anni praticamente la totalità delle importazioni dall'Italia è rimasta concentrata nella categoria imbarcazioni a motore. Il risultato non deve sorprendere: nella categoria dei gommoni è forte la produzione locale e dominano le importazioni dalla Cina, anche in relazione al basso costo, mentre per le imbarcazioni a vela si sconta la scarsa tradizione velistica del paese. Le richieste per il prodotto italiano si concentrano soprattutto nel settore degli yacht di alta classe e dei motoscafi, che rientrano nell'ambito della categoria doganale "Barche a motori". (Fonte ICE Mosca, 2009). Gli studi completi sono reperibili sul sito Nautic Italy: <http://www.nauticity.it/index.php?id=323>

Alcuni dati sul settore nautico

I dati di riferimento del comparto nautico italiano sono rilevati annualmente da Ucina nella pubblicazione "La Nautica in cifre". Nell'Analisi del mercato per l'anno 2008 si rileva che il fatturato complessivo dell'intero settore della produzione cantieristica è stimato pari a € 3.821.970.000, derivante per € 3.363.990.000 da produzione nazionale (88%) e per € 457.980.000 da importazioni (12%).

La produzione nazionale è formata da € 1.508.250.000 (45%) derivanti dal mercato nazionale e da € 1.855.740.000 da diretta esportazione (55%), di cui € 958.640.000 verso Paesi UE (52%)

e € 897.100.000 verso Paesi extra UE (48%). Analizzando i valori delle importazioni per la provenienza delle stesse si può dire che provengono da Paesi UE per un valore pari a € 335.540.000 (73%) e da Paesi extra UE per un valore pari a € 122.440.000 (27%). Le importazioni a loro volta sono poi ricollocate sul mercato italiano e sul mercato estero secondo la seguente ripartizione: € 405.220.000 (88%) e € 52.760.000 (12%). Il fatturato globale del settore si divide così in modo quasi perfettamente equo in € 1.908.500.000 con destinazione finale la UE o i Paesi extra UE (50%) e € 1.913.470.000 relativi a vendite realizzate sul mercato nazionale (50%).

Super Yachts

Da un'analisi effettuata da UCINA sul settore dei superyachts, imbarcazioni con scafo di lunghezza superiore ai 24 metri, emerge che nel mondo dal 2000 ad oggi gli ordinativi sono più che raddoppiati e la quota di mercato dell'Italia in questo importante settore è in continua crescita attestandosi per il 2009 al 51%. Nell'area del Mediterraneo un possibile elemento sfavorevole a questo trend crescente può essere visto nell'insufficienza di ormeggi per superyacht, al contrario un elemento propulsivo può essere visto nella continua crescita del numero di soggetti con potere di spesa molto elevato provenienti dai mercati emergenti quali Cina, India e Russia, generalmente definiti "Ultra High Net Worth Individuals" (UHNWI).

Nella tabella di seguito (fonte UCINA 2008) sono riportati i dati sulla distribuzione geografica dell'industria nautica nella sua interezza; dalla presente analisi risulta che la Lombardia, con una quota che si attesta intorno al 25% del totale nazionale, è la prima regione italiana sia per il numero di aziende nautiche presenti nel territorio che per numero di addetti che vi lavorano. Per quanto riguarda il numero di aziende seguono: Liguria, Toscana ed Emilia Romagna; quest'ultima risulta anche seconda per numero di addetti. L'Emilia Romagna, inoltre, insieme al Piemonte, ha registrato una percentuale di occupati sensibilmente superiore a quella delle aziende del territorio: ciò indica che in tali regioni sono presenti aziende a connotazione industriale.

Partners del progetto NauticaMed World, che si realizzerà anche nel 2011, sono l'Istituto nazionale per il Commercio Estero, le associazioni imprenditoriali, il Consorzio Export Nautico, l'Autorità Portuale, il Credito Cooperativo Ravennate e Imolese, Provincia e Comune di Ravenna, nonché numerose Camere di Commercio.



* Azienda Speciale SIDI Eurosportello
Camera di Commercio di Ravenna

L'INDUSTRIA NAUTICA NEL SUO COMPLESSO: DISTRIBUZIONE % PER REGIONE DI AZIENDE E ADDETTI

REGIONE	AZIENDE	ADDETTI
1. Lombardia	27,2%	25,2%
2. Liguria	15,2%	9,1%
3. Toscana	9,9%	11,1%
4. Emilia Romagna	8,5%	16,8%
Campania	7,2%	6,5%
Lazio	7,2%	4,5%
Piemonte	6,4%	10,7%
Sicilia	4,8%	3,7%
Veneto	3,4%	1,7%
Marche	2,9%	5,2%

PROGRAMMA NAUTICAMED WORLD 2010

Mercoledì 12 maggio

- Ore 19.00 – Inaugurazione della manifestazione
Presentazione dello studio sul settore nautico in Italia e nei altri Paesi esteri coinvolti

Giovedì 13 maggio

- Ore 9.00 – 17.00 Incontri bilaterali tra imprese italiane ed estere (b2b) presso le Artificerie Almagià

Venerdì 14 maggio

- Ore 9.00 – 17.00 Incontri bilaterali tra imprese italiane ed estere (b2b) presso le Artificerie Almagià

Sabato 15 maggio

- visite aziendali ai cantieri e ai subfornitori locali

Info: SIDI-Eurosportello tel. 0544-481440
www.nauticity.it





DL n. 223 4/7/06
 Titolo 1 - Articolo 2 - Comma 1 - lettera B:
... È abrogato il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali...

**Sì, Avvocato,
 adesso puoi farti
 pubblicità.**

PUBLIMEDIA
 I T A L I A



Professionisti della *P*ubblicità, per la Pubblicità dei *P*rofessionisti.

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com • NUMERO VERDE 800.862.220

Il modello statunitense contro pratiche scorrette



La Camera di commercio di Ravenna ha organizzato per il pomeriggio del 1° marzo 2010, presso la Sala Cavalcoli della sede camerale, un interessante convegno dal titolo "Class Action: la tutela dei consumatori attraverso l'azione di classe".

Le peculiarità del modello italiano dell'azione legale collettiva sono state illustrate, dopo l'introduzione del Presidente della Camera di Commercio, Gianfranco Bessi, e del consigliere Romeo Camanzi, attraverso le relazioni di Roberto Ridolfi, avvocato in Ravenna e di Simone Filonzi, presidente della Consulta legale ADOC. Le conclusioni sono state affidate a Ugo Ruffolo, pro-

fessore ordinario di Diritto civile presso l'Università di Bologna.

Con questa iniziativa l'Ente camerale ha ritenuto opportuno cominciare a far conoscere questo nuovo strumento a disposizione di consumatori e utenti delle imprese, affinché possano tutelarsi operativamente agendo in modo corretto. L'azione collettiva, infatti, permette a più soggetti, che si trovano in un determinato contesto situazionale, di intentare un'azione legale condividendone i costi e beneficiando di un'attività processuale comune con conseguenti pretese risarcitorie.

Da tempo il modello statunitense di class action, a cui si è fatto riferimento e che può portare a un risarcimento totale del danno e, a volte, anche al conseguimento di somme molto superiori, si è rivelato un deterrente formidabile per disincentivare pratiche scorrette e truffaldine.

In Italia la class action è una novità legislativa: è infatti operativa dal 1° gennaio 2010 a tutela di consumatori e utenti per ottenere il risarcimento per prodotti difettosi o pericolosi, oppure in seguito a pratiche commerciali scorrette e comportamenti contrari alle norme sulla concorrenza.

L'entrata in vigore della norma è stata rinviata per parecchio tempo, ma ora finalmente anche questo nuovo strumento è a disposizione dei consumatori per la tutela e la regolazione del mercato.

È importante sottolineare, inoltre, che

dal 15 gennaio 2010 anche gli utenti dei servizi pubblici possono far ricorso all'azione di classe per disservizi causati da inefficienze delle amministrazioni e da inadempimenti nell'erogazione del servizio da parte di concessionari: in tal caso l'obiettivo non è il risarcimento del danno economico, ma il sollecito ripristino dell'efficienza del servizio.

Si prevede che le prime azioni collettive avranno una cassa di risonanza esponenziale, pertanto è probabile che possano essere in gioco sia la reputazione che la credibilità delle imprese e il rafforzamento del senso della responsabilità di amministrazioni e concessionari di servizi pubblici.

Per questi motivi l'attenzione che gli addetti ai lavori, i consumatori, le imprese e anche le Pubbliche Amministrazioni pongono a tale nuovo strumento è particolarmente significativa.

Le aspettative che vengono riposte sul nuovo strumento di tutela sono veramente consistenti, ma solo la concreta applicazione potrà dare risposte.

Non resta che attendere.

Maria Cristina Venturelli
Vicesegretario Generale Vicario
della Camera di Commercio
di Ravenna



Un'azione di classe per i consumatori



Ringrazio l'avvocato Roberto Ridolfi, il presidente della Consulta legale ADOC Simone Filonzi e Ugo Ruffolo, professore ordinario di Diritto civile presso l'Università di Bologna, per aver accettato l'invito di confrontarsi sul tema della class action.

Una definizione che, tradotta, significa 'azione di classe', un nuovo strumento a disposizione di consumatori e utenti, affinché possano tutelarsi agendo in modo corretto.

I consumatori, dal 1 gennaio di quest'anno, possono usufruire di una modalità di tutela giuridica solidale.

Il concetto di fondo è molto semplice: un singolo consumatore difficilmente deciderebbe di rivolgersi ad un legale per un danno subito da un'azienda se il danno non è ingente. Altro discorso è quando in tanti decidono di mettersi assieme perché condividono il danno provocato dall'impresa o servizio pubblico. Consumatori e utenti possono attivare questa procedura per ottenere un risarcimento per prodotti difettosi o pericolosi, oppure in seguito a pratiche commerciali scorrette e comportamenti contrari alle norme sulla concorrenza. Dal 15 gennaio anche gli utenti dei servizi pubblici possono farvi ricorso per disservizi causati da inefficienze delle amministrazioni e da inadempimenti nell'erogazione del servizio da parte di concessionari: l'obiettivo non è il risarcimento del danno economico, ma il sollecito ripristino dell'efficienza del

servizio.

Questa iniziativa, già presente nei più avanzati sistemi economici occidentali, è una garanzia per entrambe le parti: utenti e imprese.

In un moderno concetto di mercato, l'azienda sa di avere nel consumatore il più autorevole dei referenti, nei confronti del quale occorre la massima trasparenza.

Con questo convegno la Camera di commercio incrementa la propria attività a tutela dei consumatori. Da tempo l'ente opera attraverso la costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti; mentre il sistema camerale predispose contratti-tipo tra imprese e loro associazioni e associazioni di consumatori e utenti; promuove forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti.

Vedremo ora di entrare nei particolari grazie ai nostri autorevoli ospiti.

Gianfranco Bessi

Presidente della Camera di Commercio di Ravenna



Come attivare la Class Action



Dopo un tormentato percorso legislativo è in vigore anche in Italia dall'1.1.2010 la normativa sulla class action. Volendo ripercorrere brevemente l'iter normativo, cioè le tappe che hanno portato all'approvazione della normativa sulla class action, si può affermare, e non in senso ironico, che essa è entrata in vigore in Italia per sbaglio. Infatti con il voto di un Senatore dell'opposizione (che sbagliò a premere il pulsante) venne approvata con un solo voto di scarto la finanziaria 2008 (L. 24.12.2007, n. 244) che appunto introduceva la class action per la tutela dei consumatori mediante l'introduzione di un nuovo art. 140 bis del codice del consumo rubricato "azione collettiva risarcitoria". L'entrata in vigore era fissata a 180 giorni dall'entrata in vigore della legge

1.1.2008 e quindi al 30.6.2008. Con le elezioni dell'aprile 2008, è mutata la maggioranza politica e abbiamo quindi avuto una prima proroga disposta con decreto 25.6.2008 (sulla competitività) all'1.1.2009. Una seconda proroga con decreto 30.12.2008 (mille proroghe) all'1.7.2009. Una terza proroga, con decreto 1.7.2009 n. 78 (provvedimenti anticrisi), ha portato a 24 mesi dall'entrata in vigore della finanziaria 2008 l'entrata in vigore della class action, portandola quindi all'1.1.2010. Vediamo ora quali sono le principali novità: innanzitutto con L. 4.3.2009 (art. 4) si è delegato il Governo ad emanare un decreto legislativo che prevedesse una forma particolare di class action nei confronti della Pubblica Amministrazione devoluta alla giurisdizione esclusiva del Giudice Amministrativo. La previsione di una legge delegata per disciplinare la tutela in forma collettiva nei confronti della Pubblica Amministrazione chiarisce in modo definitivo che l'azione di classe prevista dal Codice del Consumo può essere esperita esclusivamente nei confronti di imprese private. Inoltre, e questa è indubbiamente la novità più importante, con L. 23.7.2009 n. 99 (art. 49) è stato completamente sostituito l'art. 140 bis del Codice del Consumo. Sono stati questi due elementi (il chiarimento della esperibilità delle azioni di classe previste dall'art. 140 bis soltanto nei confronti di aziende private e la totale trasformazione dell'art. 140 bis) a consentire la definitiva entrata in vigore dell'azione di classe. Esaminiamo ora i punti più caratte-

rizzanti della nuova legge. La nuova normativa prevede una migliore individuazione dei diritti tutelati facendo riferimento ai "diritti individuali omogenei dei consumatori e degli utenti" ed eliminando la precedente ambigua dicitura "interessi collettivi dei consumatori e degli utenti"; il nuovo testo, inoltre, semplifica e razionalizza la legittimazione processuale a promuovere l'azione di classe eliminando posizioni preferenziali delle associazioni dei consumatori mediante il sistema dell'adesione da parte dei singoli consumatori e utenti senza ministero di difensori. Ma la maggiore novità introdotta dal nuovo testo è forse quella della irretroattività della nuova azione di classe applicabile soltanto agli illeciti successivi al 15.8.2009. Ricordiamo a questo riguardo che rimangono esclusi dalla tutela della class action i soggetti danneggiati dai recenti dissesti finanziari Cirio e Parmalat, trattandosi di illeciti antecedenti al 15.8.2009. Altri obiettivi della nuova normativa sono quelli della c.d. "azione deterrente", cioè l'intenzione di affidare all'iniziativa giudiziaria collettiva la capacità di contrastare lo strapotere economico delle imprese. Non vi è dubbio infatti che l'azione di classe per la tutela dei diritti dei consumatori è destinata ad acquisire un ruolo importante per controllare la correttezza dell'operato delle imprese. L'azione di classe si propone inoltre un effetto deflattivo mediante superamento dell'enorme mole di cause pendenti d'avanti agli uffici giudiziari. La tutela dell'azione di classe viene

accordata come si è visto ai titolari di diritti individuali omogenei. Ricordiamo a questo riguardo che nella prima versione della class action la legittimazione era riconosciuta soltanto alle associazioni di categoria o ad appositi comitati sorti per organizzare la proposizione delle azioni collettive. La modifica apportata al testo iniziale ha invece riconosciuto legittimazione attiva ai singoli componenti della classe. È ovvio che le associazioni e i comitati svolgeranno presumibilmente un necessario ruolo propulsore o comunque di coordinamento, ma la legittimazione ad agire in giudizio resta formalmente in capo ai singoli.

Il legislatore, al fine di evitare la proliferazione di azioni pretestuose e non fondate, ha previsto poi un "filtro di ammissibilità" sul modello statunitense della cosiddetta *certification*, costituita dalla prima udienza in cui il Tribunale valuta preliminarmente l'esistenza dei requisiti definiti dallo stesso legislatore. L'esito dell'udienza "filtro" sarà un'ordinanza in cui il Tribunale in forma collegiale potrà alternativamente stabilire: l'inammissibilità dell'azione di classe per mancanza di uno dei requisiti anzidetti, oppure ammettere l'azione

fissando termini e modalità per la più opportuna pubblicità ai fini della tempestiva adesione di tutti gli appartenenti alla classe.

L'ordinanza di ammissione è centrale ai fini della prosecuzione del giudizio in quanto, da un lato, fissa i paletti di confine della classe definendo le caratteristiche dei diritti individuali e, dall'altro, fissa un termine perentorio non superiore a 120 giorni dalla scadenza di quello per l'esecuzione della pubblicità dell'ordinanza di ammissione dell'azione, entro il quale gli atti di adesione dei singoli appartenenti alla classe devono essere depositati in cancelleria.

Il meccanismo di adesione da parte dei consumatori e utenti è uno dei profili cruciali dell'intera disciplina ed è stato molto dibattuto in dottrina.

In Italia come in altri ordinamenti europei (Francia, Regno Unito, Svezia, Finlandia e Germania), la soluzione adottata è stata il cosiddetto *opt-in*, vale a dire l'espressa adesione del consumatore all'azione di classe attraverso il deposito formale di atto di adesione in cancelleria entro il termine fissato dal Tribunale con l'ordinanza di ammissione.

Sul punto della liquidazione del dan-

no si consuma un'altra distinzione tra l'azione di classe italiana e i modelli di class action statunitensi laddove il Giudice può condannare l'impresa convenuta ad una "punizione o sanzione che va oltre la misura del risarcimento del danno effettivo" (c.d. *punitive damage*), mentre nell'azione di classe il danno risarcibile è determinabile in conformità ai principi consolidati dall'ordinamento italiano, che vogliono il risarcimento del danno commisurato all'effettiva lesione e quindi finalizzato alla restaurazione della sfera patrimoniale.

Da una prima analisi l'azione di classe sembra orientata verso un equilibrato bilanciamento da un lato tra la finalità di economia e l'efficienza processuale nell'ambito delle azioni seriali, consentendo a più soggetti danneggiati di far valere i loro diritti risarcitori e restitutori in modo aggregato ed efficace, e dall'altro, l'interesse delle imprese alla non proliferazione di azioni pretestuose e temerarie con conseguente danno all'immagine, oltre che sopportazione dei costi del giudizio.

Roberto Ridolfi

Avvocato in Ravenna



La legge però presenta alcuni aspetti poco chiari



L'istituto della Class Action è stato introdotto dall'art. 49 della Legge 23 luglio 2009, n. 99, il quale ha modificato l'articolo 140-bis del Codice del Consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206. È stata così delineata l'azione di classe italiana che, a partire dal gennaio 2010, consentirà ai consumatori di accedere a tale istituto, al fine di far rispettare i propri diritti.

La legge:

- ha determinato quali sono i diritti che possono essere tutelati;
- ha, altresì, determinato il soggetto legittimato ad agire in giudizio e quali sono i fori di competenza;
- ha individuato la forma necessaria per introdurre l'azione;

- ha creato un filtro sull'ammissibilità o meno della domanda;
- ha disciplinato lo svolgersi del giudizio;
- ha individuato la forma per la definizione del giudizio;
- ha individuato e disciplinato le fasi di reclamo e appello avverso i provvedimenti del Giudice;
- ha introdotto il principio dell'irretroattività.

A giudizio delle associazioni, l'azione di classe rappresenta sicuramente uno strumento in più a disposizione dei consumatori, ma la legge poteva essere concepita in maniera più adeguata. Infatti presenta delle limitazioni quali:

- il principio della mancata retroattività;
- le associazioni dei consumatori non avranno la possibilità, come previsto nella stesura iniziale della normativa, di essere promotori delle azioni, ma solo di ricevere il mandato dai danneggiati;
- il controverso concetto di diritti identici;
- il sistema per le adesioni e l'esclusività di azione del primo ricorso;
- i notevoli costi necessari per la pubblicità dell'azione.

Occorre evidenziare e rivalutare la tradizionale strada del ricorso al giudice ordinario o un ricorso plurimo anche in seguito ad una azione inibitoria, di cui all'art 3 della Legge 281 (art 140 del codice del consumo), intesa come forma di tutela giurisdizionale collettiva. Infatti, la previsione di tale ultimo strumento a favore di un riconoscimento degli interessi dei consumatori è im-

portante perché è svincolata dal danno eventualmente subito dal singolo consumatore: l'azione infatti può essere avviata direttamente e preventivamente dalle associazioni dei consumatori per tutelare interessi collettivi, indipendentemente da segnalazioni di privati e dunque dall'esigenza di tutelare una singola posizione individuale.

Inoltre, con l'azione inibitoria non si trasferiscono gli effetti del giudicato dell'azione collettiva direttamente ed immediatamente nella sfera giuridica del singolo consumatore, il quale, pertanto, potrà proporre un'azione individuale, giovandosi eventualmente della sentenza pronunciata nell'ambito dell'azione inibitoria collettiva.

E viceversa, l'ottenimento di una sentenza favorevole sul piano individuale per un consumatore, potrà, ricorrendone i presupposti, agevolare la proposizione, da parte delle associazioni legittimate, di un'azione inibitoria a tutela degli interessi collettivi fondata sugli stessi presupposti.

Avv. Simone Filonzi

Presidente Consulta legale ADOC

Al giudice sono conferiti ampi poteri discrezionali



L'azione di classe di cui all'art. 140-bis del codice del consumo, entrata in vigore il 1° gennaio 2010, tutela nei confronti delle imprese i consumatori e utenti i cui diritti siano stati lesi nell'ambito di contratti seriali o a causa di un prodotto difettoso o non conforme o a causa di pratiche commerciali scorrette o comportamenti anticoncorrenziali. Già molte azioni sono in partenza. Soprattutto, ma non solo, contro banche, finanziarie, assicurazioni.

Questo spazio è troppo breve per illustrare compiutamente i complessi meccanismi della nuova azione di classe, i problemi (non piccoli) per le

imprese, il ruolo delle associazioni di consumatori e degli studi legali.

In estrema sintesi, vediamo gli aspetti salienti della nuova disciplina. Anzitutto, è una novità di assoluto rilievo il fatto che l'azione di classe possa essere promossa dal singolo consumatore, anche mediante associazioni o comitati, e non più soltanto dalle associazioni rappresentative dei consumatori (come accade per le azioni inibitorie collettive).

Tutti i consumatori che si trovino in una situazione identica possono aderire all'azione di classe, senza ricorrere all'avvocato ed entro un termine fissato dal tribunale, depositando in cancelleria l'atto di adesione e, con ciò, rinunciando all'azione individuale. In tal modo la sentenza, nel bene e nel male, varrà anche nei riguardi di coloro che abbiano aderito mentre chi non aderisce è libero di agire individualmente contro la stessa impresa.

Tale sentenza potrà già liquidare i risarcimenti o le "restituzioni" individualmente esigibili, oppure stabilire "il criterio omogeneo di calcolo per la liquidazione di dette somme".

L'azione di classe deve superare un vaglio di ammissibilità iniziale volto a scongiurare il rischio di iniziative infondate, mal gestite o "di comodo". La competenza è del tribunale (con esclusione dei tribunali di alcune regioni) e il rito è quello ordinario ma al giudice sono stati conferiti ampi poteri discrezionali funzionali all'equa,

efficace e sollecita gestione del processo.

L'azione di classe darà ristoro essenzialmente ai "piccoli omicidi", alle lesioni seriali che riguardano molti consumatori ed utenti, ma per ciascuno con valori non elevati: non tali da giustificare i tempi ed i costi di una causa individuale.

Con quali tempi? Quelli della ordinaria giustizia civile. Quale vantaggio, dunque, la class action offre ai singoli? Chi sia vittima di una lesione seriale azionabile anche in via di class action, può scegliere fra l'azione individuale o la azione di classe.

Nel primo caso, subirà i conseguenti costi ma governerà il procedimento, partecipandovi col proprio difensore. Nel secondo caso, avrà due strade:

a) farsi promotore della azione di classe, ed allora si troverà nella stessa situazione di cui sopra, e con maggiori costi ed oneri, ma anche con maggior gloria: egli reggerà il timone e gli altri potranno aderire o meno, ma non farsi promotori di altre autonome azioni di classe;

b) aderire alla azione di classe proposta da altri: non gli costerà nulla, ma ne subirà gli effetti, anche negativi, senza poter far sentire la sua voce. Sarà un invitato di pietra.

Prof. Avv. Ugo Ruffolo
Ordinario di Diritto Civile
dell'Università di Bologna

VOLUTA DAI CONSUMATORI

Enzo Romeo Camanzi, Consigliere Camerale

Anche quest'anno come da diversi anni a questa parte la Camera di Commercio di Ravenna organizza, d'accordo con le associazioni dei consumatori, convegni a tema di interessi generali per fare conoscere meglio i diritti dei consumatori e quali strumenti utilizzare per farli valere.

È bene ricordare che la class action è stata chiesta, pretesa e voluta dalle Associazioni a difesa dei consumatori ma ciò che è stato partorito non è quello che desideravamo anche perché ci sono molti lacci e laccioli.

Difatti non ha effetti retroattivi; è applicabile solo a privati; solo alcuni tribunali sono abilitati; il giudice preposto può decidere o meno l'ammissibilità del ricorso. Ma come si usa dire meglio poco che niente. Era importante partire e speriamo che in futuro possa migliorare.



L. 23 LUGLIO 2009, N. 99

Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia.

Pubblicata nella Gazz. Uff. 31 luglio 2009, n. 176, S.O.

La Camera dei deputati ed il Senato della Repubblica hanno approvato;

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Promulga la seguente legge:

----- omissis -----

Art. 49. (Modifica dell' articolo 140-bis del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206)

1. L' articolo 140-bis del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, è sostituito dal seguente:

«Art. 140-bis. - (Azione di classe).- 1. I diritti individuali omogenei dei consumatori e degli utenti di cui al comma 2 sono tutelabili anche attraverso l'azione di classe, secondo le previsioni del presente articolo. A tal fine ciascun componente della classe, anche mediante associazioni cui dà mandato o comitati cui partecipa, può agire per l'accertamento della responsabilità e per la condanna al risarcimento del danno e alle restituzioni.

2. L'azione tutela:

a) i diritti contrattuali di una pluralità di consumatori e utenti che versano nei confronti di una stessa impresa in situazione identica, inclusi i diritti relativi a contratti stipulati ai sensi degli articoli 1341 e 1342 del codice civile;

b) i diritti identici spettanti ai consumatori finali di un determinato prodotto nei confronti del relativo produttore, anche a prescindere da un diretto rapporto contrattuale;

c) i diritti identici al ristoro del pregiudizio derivante agli stessi consumatori e utenti da pratiche commerciali scorrette o da comportamenti anticoncorrenziali.

3. I consumatori e utenti che intendono avvalersi della tutela di cui al presente articolo aderiscono all'azione di classe, senza ministero di difensore. L'adesione comporta rinuncia a ogni azione restitutoria o risarcitoria individuale fondata sul medesimo titolo, salvo quanto previsto dal comma 15. L'atto di adesione, contenente, oltre all'elezione di

domicilio, l'indicazione degli elementi costitutivi del diritto fatto valere con la relativa documentazione probatoria, è depositato in cancelleria, anche tramite l'attore, nel termine di cui al comma 9, lettera b). Gli effetti sulla prescrizione ai sensi degli articoli 2943 e 2945 del codice civile decorrono dalla notificazione della domanda e, per coloro che hanno aderito successivamente, dal deposito dell'atto di adesione.

4. La domanda è proposta al tribunale ordinario avente sede nel capoluogo della regione in cui ha sede l'impresa, ma per la Valle d'Aosta è competente il tribunale di Torino, per il Trentino-Alto Adige e il Friuli-Venezia Giulia è competente il tribunale di Venezia, per le Marche, l'Umbria, l'Abruzzo e il Molise è competente il tribunale di Roma e per la Basilicata e la Calabria è competente il tribunale di Napoli. Il tribunale tratta la causa in composizione collegiale.

5. La domanda si propone con atto di citazione notificato anche all'ufficio del pubblico ministero presso il tribunale adito, il quale può intervenire limitatamente al giudizio di ammissibilità.

6. All'esito della prima udienza il tribunale decide con ordinanza sull'ammissibilità della domanda, ma può sospendere il giudizio quando sui fatti rilevanti ai fini del decidere è in corso un'istruttoria davanti a un'autorità indipendente ovvero un giudizio davanti al giudice amministrativo. La domanda è dichiarata inammissibile quando è manifestamente infondata, quando sussiste un conflitto di interessi ovvero quando il giudice non ravvisa l'identità dei diritti individuali tutelabili ai sensi del comma 2, nonché quando il proponente non appare in grado di curare adeguatamente l'interesse della classe.

7. L'ordinanza che decide sulla ammissibilità è reclamabile davanti alla corte d'appello nel termine perentorio di trenta giorni dalla sua comunicazione o notificazione se anteriore. Sul reclamo la corte d'appello decide con ordinanza in camera di consiglio non oltre quaranta giorni dal deposito del ricorso. Il reclamo dell'ordinanza ammissiva non sospende il procedimento davanti al tribunale.

8. Con l'ordinanza di inammissibilità, il giudice regola le spese, anche ai sensi dell'articolo 96 del codice di procedura civile, e ordina la più opportuna pubblicità a cura e spese del soccombente.

9. Con l'ordinanza con cui ammette l'azione il tribunale fissa termini e modalità della più opportuna pubblicità, ai fini della tempestiva adesione degli appartenenti alla classe. L'esecuzione della pubblicità è condizione di procedibilità della domanda. Con la stessa ordinanza il tribunale:



Class Action, la tutela dei consumatori

a) definisce i caratteri dei diritti individuali oggetto del giudizio, specificando i criteri in base ai quali i soggetti che chiedono di aderire sono inclusi nella classe o devono ritenersi esclusi dall'azione;

b) fissa un termine perentorio, non superiore a centoventi giorni dalla scadenza di quello per l'esecuzione della pubblicità, entro il quale gli atti di adesione, anche a mezzo dell'attore, sono depositati in cancelleria. Copia dell'ordinanza è trasmessa, a cura della cancelleria, al Ministero dello sviluppo economico che ne cura ulteriori forme di pubblicità, anche mediante la pubblicazione sul relativo sito internet.

10. È escluso l'intervento di terzi ai sensi dell'articolo 105 del codice di procedura civile.

11. Con l'ordinanza con cui ammette l'azione il tribunale determina altresì il corso della procedura assicurando, nel rispetto del contraddittorio, l'equa, efficace e sollecita gestione del processo. Con la stessa o con successiva ordinanza, modificabile o revocabile in ogni tempo, il tribunale prescrive le misure atte a evitare indebite ripetizioni o complicazioni nella presentazione di prove o argomenti; onera le parti della pubblicità ritenuta necessaria a tutela degli aderenti; regola nel modo che ritiene più opportuno l'istruzione probatoria e disciplina ogni altra questione di rito, omissa ogni formalità non essenziale al contraddittorio.

12. Se accoglie la domanda, il tribunale pronuncia sentenza di condanna con cui liquida, ai sensi dell'articolo 1226 del codice civile, le somme definitive dovute a coloro che hanno aderito all'azione o stabilisce il criterio omogeneo di calcolo per la liquidazione di dette somme. In caso di accoglimento di un'azione di classe proposta nei confronti di gestori di servizi pubblici o di pubblica utilità, il tribunale tiene conto di quanto riconosciuto in favore degli utenti e dei consumatori danneggiati nelle relative carte dei servizi eventualmente emanate. La sentenza diviene esecutiva decorsi centottanta giorni dalla pubblicazione. I pagamenti

delle somme dovute effettuati durante tale periodo sono esenti da ogni diritto e incremento, anche per gli accessori di legge maturati dopo la pubblicazione della sentenza.

13. La corte d'appello, richiesta dei provvedimenti di cui all'articolo 283 del codice di procedura civile, tiene altresì conto dell'entità complessiva della somma gravante sul debitore, del numero dei creditori, nonché delle connesse difficoltà di ripetizione in caso di accoglimento del gravame. La corte può comunque disporre che, fino al passaggio in giudicato della sentenza, la somma complessivamente dovuta dal debitore sia depositata e resti vincolata nelle forme ritenute più opportune.

14. La sentenza che definisce il giudizio fa stato anche nei confronti degli aderenti. È fatta salva l'azione individuale dei soggetti che non aderiscono all'azione collettiva. Non sono proponibili ulteriori azioni di classe per i medesimi fatti e nei confronti della stessa impresa dopo la scadenza del termine per l'adesione assegnato dal giudice ai sensi del comma 9. Quelle proposte entro detto termine sono riunite d'ufficio se pendenti davanti allo stesso tribunale; altrimenti il giudice successivamente adito ordina la cancellazione della causa dal ruolo, assegnando un termine perentorio non superiore a sessanta giorni per la riassunzione davanti al primo giudice.

15. Le rinunce e le transazioni intervenute tra le parti non pregiudicano i diritti degli aderenti che non vi hanno espressamente consentito. Gli stessi diritti sono fatti salvi anche nei casi di estinzione del giudizio o di chiusura anticipata del processo».

2. Le disposizioni dell'articolo 140-bis del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, come sostituito dal comma 1 del presente articolo, si applicano agli illeciti compiuti successivamente alla data di entrata in vigore della presente legge.

----- omissis -----

LEGGE 4 MARZO 2009, N. 15

"Delega al Governo finalizzata all'ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e alla efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni nonché disposizioni integrative delle funzioni attribuite al Consiglio nazionale dell'economia e del lavoro e alla Corte dei conti"

----- omissis -----

Art. 4. (Principi e criteri in materia di valutazione delle strutture e del personale delle amministrazioni pubbliche e di azione collettiva. Disposizioni sul principio di trasparenza nelle amministrazioni pubbliche)

----- omissis -----

2. Nell'esercizio della delega nella materia di cui al presente articolo il Governo si attiene ai seguenti principi e criteri direttivi:

----- omissis -----

l) consentire a ogni interessato di agire in giudizio nei confronti delle amministrazioni, nonché dei concessionari di servizi pubblici, fatte salve le competenze degli organismi con funzioni di regolazione e controllo istituiti con legge dello Stato e preposti ai relativi settori, se dalla violazione di standard qualitativi ed economici o degli obblighi contenuti nelle Carte dei servizi, dall'omesso esercizio di poteri di vigilanza, di controllo o sanzionatori, dalla violazione dei termini o dalla mancata emanazione di atti amministrativi generali derivi la lesione di interessi giuridicamente rilevanti per una pluralità di utenti o consumatori, nel rispetto dei seguenti criteri:

1) consentire la proposizione dell'azione anche ad associazioni o comitati a tutela degli interessi dei propri associati;

2) devolvere il giudizio alla giurisdizione esclusiva e di merito del giudice amministrativo;

3) prevedere come condizione di ammissibilità che il ricorso sia preceduto da una diffida all'amministrazione o al concessionario ad assumere, entro un termine fissato dai decreti legislativi, le iniziative utili alla soddisfazione degli interessati; in particolare, prevedere che, a seguito della diffida, si instauri un procedimento volto a responsabilizzare progressivamente il dirigente competente e, in relazione alla tipologia degli enti, l'organo di indirizzo, l'organo esecutivo o l'organo di vertice, a che le misure idonee siano assunte nel termine predetto;

4) prevedere che, all'esito del giudizio, il giudice ordini all'amministrazione o al concessionario di porre in essere le misure idonee a porre rimedio alle violazioni, alle omissioni o ai mancati adempimenti di cui all'alinea della presente lettera e, nei casi di perdurante inadempimento, disponga la nomina di un commissario, con esclusione del risarcimento del danno, per il quale resta ferma la disciplina vigente;

5) prevedere che la sentenza definitiva comporti l'obbligo di attivare le procedure relative all'accertamento di eventuali responsabilità disciplinari o dirigenziali;

6) prevedere forme di idonea pubblicità del procedimento giurisdizionale e della sua conclusione;

7) prevedere strumenti e procedure idonei ad evitare che l'azione di cui all'alinea della presente lettera nei confronti dei concessionari di servizi pubblici possa essere proposta o proseguita, nel caso in cui un'autorità indipendente o comunque un organismo con funzioni di vigilanza e controllo nel relativo settore abbia avviato sul medesimo oggetto il procedimento di propria competenza.

----- omissis -----



DL n. 223 4/7/06
Titolo 1 - Articolo 2 - Comma 1 - lettera B:
... È abrogato il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali...

**Sì, Dottore,
 adesso puoi farti
 pubblicità.**

PUBLIMEDIA
 I T A L I A



Professionisti della P ublicità, per la Pubblicità dei P rofessionisti.

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com • NUMERO VERDE ☎ 800.862.220

Controllo rifiuti, ora c'è Sistri

di BARBARA NALDINI*

Il Decreto Ministeriale del 17 dicembre 2009, pubblicato nel Supplemento Ordinario alla Gazzetta Ufficiale del 13 gennaio 2010, ha istituito il SISTRI, il sistema di controllo della tracciabilità dei rifiuti. Si tratta di un decreto che riforma radicalmente il sistema di raccolta dei dati relativi al ciclo dei rifiuti, stabilendo tempi e modi del passaggio dalla tradizionale modalità di gestione e controllo del ciclo (adempimenti frazionati su supporti cartacei quali registro di carico e scarico, formulario di trasporto

e denuncia annuale MUD), ad un nuovo sistema elettronico che permetterà la tracciabilità dei rifiuti in qualsiasi fase della filiera produttiva, affidato al Nucleo Operativo Ecologico dei Carabinieri. Questa novità coinvolgerà oltre 2500 aziende della provincia di Ravenna (vedi schema sui soggetti obbligati) implicando una riorganizzazione profonda del sistema interno di gestione dei rifiuti. Il nuovo sistema prevede infatti la dotazione e l'utilizzo di apparecchiature informatiche per contabi-

I SOGGETTI TENUTI ALL'ISCRIZIONE

SOGGETTI TENUTI ALL'ISCRIZIONE E TEMPISTICA PREVISTA DAL DECRETO E SUCCESSIVE MODIFICAZIONI

Soggetti tenuti	Devono iscriversi al SISTRI entro	Le CCIAA devono consegnare i dispositivi entro	Il sistema diventa operativo entro
- Produttori di rifiuti pericolosi con più di 50 dipendenti - Produttori di rifiuti non pericolosi derivanti da attività industriali, artigianali e di gestione rifiuti con più di 50 dipendenti. - Gestori di rifiuti (recuperatori, smaltitori, commercianti ed intermediari) e Consorzi - Enti e imprese che gestiscono i rifiuti urbani nella Regione Campania	45 giorni dall'entrata in vigore (poi prorogato a 75 gg.) - 31 marzo 2010	150 giorni dall'entrata in vigore - 13 giugno 2010	180 giorni dall'entrata in vigore - 13 luglio 2010
- Produttori di rifiuti pericolosi fino a 50 dipendenti - Produttori di rifiuti non pericolosi derivanti da attività industriali, artigianali e di gestione rifiuti tra 11 e 50 dipendenti.	tra 30 e 75 giorni dall'entrata in vigore (poi prorogato di 30 gg.) dal 13 febbraio al 30 aprile 2010	180 giorni dall'entrata in vigore - 13 luglio 2010	210 giorni dall'entrata in vigore - 12 agosto
- Produttori di rifiuti non pericolosi derivanti da attività industriali, artigianali e di gestione rifiuti fino a 10 dipendenti. - Produttori di rifiuti non pericolosi derivanti da altre attività (servizi, commercio, edilizia, sanità)	Adesione volontaria - Dal 12 agosto 2010 in poi	Nessuna scadenza	Nessuna scadenza

lizzare i dati sui rifiuti prodotti e smaltiti, ai fini di una loro completa e corretta tracciabilità. Tali apparecchiature consistono in una chiavetta USB dedicata a ciascun soggetto tenuto al suo utilizzo, e nella black box, con carta SIM e collegamento satellitare per il tracciamento della fase di trasporto, destinata, appunto, ai soli trasportatori.

Le fasi del sistema Sistri sono: a) iscrizione delle imprese al Sistema; b) certificazioni e pagamento dei contributi annuali, c) consegna dei dispositivi elettronici; d) installazione Black box; e) implementazione del sistema con inserimento dati nelle schede.

L'iscrizione deve avvenire entro le scadenze previste dalla normativa, recentemente integrata da un decreto di proroga di cui allo schema sottostante, e potrà essere presentata in via telematica direttamente dal portale www.sistri.it, oppure via fax, via e-mail o via telefonica ai numeri indicati nel portale. Le apparecchiature saranno distribuite dalla Camera di commercio in cui ha sede l'unità locale interessata e, previa apposita convenzione, anche

dalle Organizzazioni imprenditoriali territoriali. Anche per quanto riguarda le operazioni di inserimento dei dati, il sistema prevede che queste possano essere effettuate direttamente dal soggetto obbligato oppure, per suo conto, da parte delle Organizzazioni imprenditoriali a questo scopo delegate.

Per chiarimenti o informazioni specifiche sulle procedure di iscrizione nel portale SISTRI è possibile trovare risposte ai quesiti più frequenti, un numero verde a disposizione ed un indirizzo e-mail di riferimento.

L'Ufficio Ambiente della Camera di commercio di Ravenna (ambiente@ra.camcom.it tel. 0544 481448) resta comunque a disposizione per informazioni di tipo generale su quanto previsto dal decreto ed in particolare per chiarimenti sulla fase di rilascio dei dispositivi di cui l'ente è titolare.

* Responsabile Servizio Affari generali e Promozione
Camera di Commercio di Ravenna

TEMPI PER IL RILASCIO DEI DISPOSITIVI

LA TEMPISTICA PREVISTA PER IL RILASCIO DEI DISPOSITIVI DA PARTE DELLE SEZIONI REGIONALI DELL'ALBO GESTORI È LA SEGUENTE

Soggetti tenuti	Devono iscriversi al SISTRI entro	Le CCIAA devono consegnare i dispositivi entro	Il sistema diventa operativo entro
- Trasportatori di rifiuti speciali iscritti all'Albo Gestori - Trasportatori di rifiuti pericolosi da essi prodotti con più di 50 dipendenti	45 giorni dall'entrata in vigore (poi prorogato a 75 gg.) - 31 marzo 2010	150 giorni dall'entrata in vigore - 13 giugno 2010	180 giorni dall'entrata in vigore - 13 luglio 2010
- Trasportatori di rifiuti pericolosi da essi prodotti fino a 50 dipendenti	Tra 30 e 75 giorni dall'entrata in vigore (poi prorogato di 30 gg.) dal 13 febbraio al 30 aprile 2010	180 giorni dall'entrata in vigore - 13 luglio 2010	210 giorni dall'entrata in vigore - 12 agosto 2010



OLEODINAMICA

304be

MAZZAVILLANI
di Mazzavillani Andrea & C. sas

**RIPARAZIONE, VENDITA E ASSISTENZA
POMPE E MOTORI OLEODINAMICI**

Via Romea Sud, 412 - Fosso Ghiaia (Ra)
Tel. e Fax 0544 560418

Un aiuto ai neonati

L' invenzione che si vuole illustrare riguarda un particolare indumento ideato per prevenire, nei neonati, alcune conseguenze legate all'insorgenza del cosiddetto "riflesso di Moro" o "riflesso di abbraccio".

Il riflesso di Moro, scoperto e descritto per la prima volta dal pediatra austriaco Ernst Moro (1874-1951), è uno dei riflessi neonatali primari che si manifesta nei neonati al verificarsi di stimoli come un rumore improvviso, oppure quando vengono poggiati supini in modo un po' brusco o rapido.

Lo stesso riflesso può manifestarsi anche quando si

prende in braccio un neonato senza sorreggergli adeguatamente la testa.

In queste situazioni il bambino percepisce una sorta di vuoto e, avendo la sensazione di cadere, sobbalza, apre le braccia per poi richiuderle rapidamente come a voler trovare un appiglio, rovesciando nel contempo indietro la testa; normalmente segue il pianto. Questa spontanea reazione è un'indicazione del senso di instabilità e di pericolo che il neonato vive in quel momento.

Questo particolare riflesso, che inizia a manifestarsi verso la 28esima settimana gestazionale e normal-

408be



ASTRA
ecologia in movimento

L'ambiente a ...380°!

- ✓ trasporto rifiuti
- ✓ recupero/smaltimento
- ✓ bonifiche
- ✓ noleggio cassoni
- ✓ novità 2010:
"Operazione Cantiere Pulito"

Info: tel. 0546/607088 e-mail: info@astraecologia.com
web: www.astraecologia.com

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

mente scomparire entro il sesto mese di vita, ha un impatto globale sul profilo emozionale del bambino ed è quindi importantissimo che si manifesti e si compia, perché la sua assenza o la sua persistenza oltre una certa età sono senz'altro segnali di sofferenza neurologica.

Nel contempo, però, talune sue conseguenze, come il pianto od il risveglio del neonato, possono essere limitate, a tutto vantaggio del bambino ed anche dei genitori.

La soluzione escogitata dalla Dott.ssa Maria Cristina Reciputi per risolvere il problema esposto è un indumento concepito in modo da mantenere gli arti superiori del neonato nella posizione per lui più naturale e rassicurante, ovvero incrociati sul petto, impedendone nel contempo la totale estensione che, in seguito ad un'improvvisa sensazione di vuoto, può provocare il brusco risveglio ed il pianto del neonato. Un esempio pratico di indumento realizzato secondo l'invenzione brevettata è illustrato nelle figure qui allegate, che mostrano dapprima l'indumento completamente disteso come quando viene disposto su di una superficie piana per poggiarvi sopra il neonato da avvolgere (FIG. 1) e, di seguito, come avvolgere il neonato con il suddetto indumento della FIG. 1 (FIGG. 2, 3 e 4).

Dai disegni si evince che trattasi di una sorta di scialle triangolare arrotondata inferiormente e che, ben lungi dal forzare o costringere il bambino in una posizione fissa, gli impedisce solo di estendere completamente gli arti superiori, fra l'altro senza comprimere in alcun modo le anche e, quindi, senza interferire con lo sviluppo fisiologico delle stesse.

Titolo dell'invenzione:

INDUMENTO PER NEONATI

Domanda di brevetto:

RA 2009 A 000046 del 14/12/2009

Titolare:

Dott.ssa Maria Cristina Reciputi

Via Consolare 57-47121 Forlì

Tel 0543/24067 info@viveresano.com

Mandatario:

UFFICIO BREVETTI MICALI

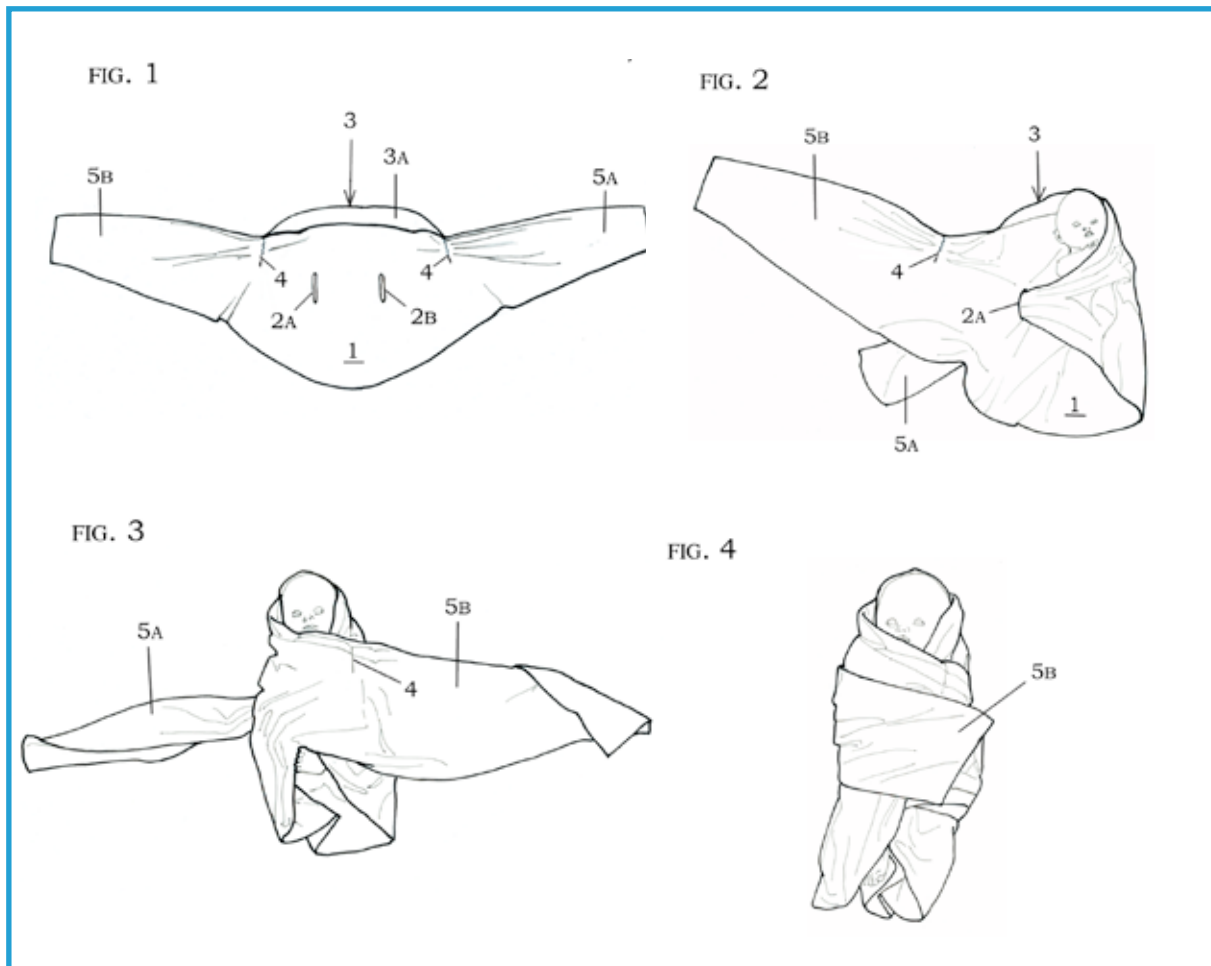
Via Giorgio Regnoli n. 10 - 47100 Forlì

Tel: 0543/34920; Fax: 0543/376571;

brevettimicali@libero.it

Redazione articolo

ing. Azzurra Signorini Ufficio Brevetti Micali



Biosfera

cultura bioetica

423be

Ogni ultimo sabato del mese in edicola
copia gratuita allegata a "La Pulce"

turismo etico e solidale, risparmio energetico,
agricoltura biologica, energie rinnovabili,
auto ecologiche, bioarchitettura,
ambiente, salute...



La Natura ringrazia



399 be

www.ctf-faenza.it



Consorzio Trasporti Faenza
Soc. Coop. p.a.

- Trasporti per l'edilizia, industria e agricoltura;
- Autocarri con gru;
- Gestione servizi ecologici;
- Gestione magazzini di stoccaggio e distribuzione
- Movimentazione silos
- Autocarri scarrabili;
- Autocarri carrellone
- 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

Il marchio dell'ospitalità

di **DANILO ZOLI** *

Molti imprenditori del settore turistico, pur non sottovalutandola, trascurano l'importanza di un marchio che attesti la qualità eccellente della loro struttura, perché troppo occupati: a incrementare i profitti, a sbalordire i clienti con sempre nuovi prodotti e servizi, a ricercare personale di talento che possa dare ulteriore prestigio e fama alla loro azienda. Eppure il successo di un'attività si basa essenzialmente sulla differenziazione dell'offerta all'interno del mercato e su un trattamento di prim'ordine riservato ai clienti, e il tempo speso nella definizione dell'identità dell'azienda, dei prodotti che offre e della tipologia di cliente cui si rivolge e nel man-



346be

MSC
MOVITER
STRADE
CERVIA

- 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)



ECCO CHI SI FREGIA DEL SIMBOLO DI QUALITÀ



OSPITALITÀ ITALIANA
QUALITY APPROVED

Strutture turistiche alberghiere e di ristorazione della provincia di Ravenna che hanno ottenuto il Marchio di Qualità "OSPITALITÀ ITALIANA" promosso dalle Camere di Commercio Italiane e da Is.na.r.t. (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche)

HOTEL

Albergo Ristorante Stella C.so Matteotti, 12 - 48011 Alfonsine
Al Flor Via Chiusa, 37 - 48012 Bagnacavallo
Club Hotel Dante Via Milazzo, 81 - 48015 Cervia
Hotel Athena Viale dei Mille, 76 - 48015 Cervia
Hotel Excelsior Viale Roma, 104 - 48015 Cervia
Hotel K2 Cervia Viale dei Mille, 98 - 48015 Cervia
Hotel Nettuno Lungomare D'Annunzio, 34 - 48015 Cervia
Hotel Rosenblatt Viale dei Mille, 49 - 48015 Cervia
Hotel Bellevue Beach Via XIX Traversa, 10 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Delizia VIII Traversa, 23 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Derby Exclusive Via II Traversa, 27 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Fenice Via XVII Traversa, 6 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel King XII Traversa a Mare, 14 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Le Palme Via VII Traversa Mare, 12 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Luxor Via Cadorna, 1 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Mazzanti Via Forlì, 51 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Nadir Via Cadorna, 3 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Perla Verde Viale 2 Giugno, 144 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Pic Nic Via 8 Traversa, 22 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Plaza Viale 2 Giugno, 121 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Riviera Via Ponchielli, 8 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Sahara Via Anello del Pino, 4 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Saraceno Viale 2 Giugno, 37 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Trionfal Via III Traversa, 29 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Waldorf Via VII Traversa Mare, 17 - 48015 Cervia - M. Marittima
Palace Hotel Viale 2 Giugno, 60 - 48015 Cervia - M. Marittima
Hotel Bamby Viale Italia, 236 - 48015 Cervia - Pinarella
Hotel Casali Viale Mezzanotte, 30 - 48015 Cervia - Pinarella
Hotel Garden Viale Italia, 250 - 48015 Cervia - Pinarella
Hotel Patrick Via San Marino, 8 - 48015 Cervia - Pinarella
Hotel Ancora Via Monferrato, 5 - 48015 Cervia - Tagliata
Classhotel Faenza Via S. Silvestro, 171 - 48018 Faenza
Hotel Cavallino Via Forlivese, 185 - 48018 Faenza
Relais Villa Abbondanzi Via Emilia Ponente, 23 - 48018 Faenza
Hotel Ala d'Oro C.so Matteotti, 56 - 48022 Lugo
Tati Hotel Via Prov.le Cotignola, 22/5 - 48022 Lugo
Classhotel Ravenna Viale della Lirica, 141 - 48100 Ravenna
Holiday Inn Ravenna Via Enrico Mattei, 25 - 48100 Ravenna
Hotel Astoria Via Circ.ne alla Rotonda, 26 - 48100 Ravenna
Hotel Bisanzio Via Salaria, 30 - 48100 Ravenna
Hotel Centrale Byron Via 4 novembre, 14 - 48100 Ravenna
Hotel Diana Via G. Rossi, 47 - 48100 Ravenna
Hotel Italia Viale Pallavicini, 4/6 - 48100 Ravenna
La Reunion - Res. Tur. Alberghiera Via C. Ricci, 29 - 48100 Ravenna
Hotel Classensis Via Romea sud, 222 - 48124 Ravenna - Classe
Hotel Classic Via Faenza, 5 - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Hotel Koko Via Marina, 2 - 48125 Ravenna - Lido di Savio

Hotel Levante sul Mare Via Russi, 23 - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Hotel Souvenir Via Cotignola, 18 - 48122 Ravenna - Lido di Savio
Hotel Tokio Viale Romagna, 155 - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Vistamare Via Romagna, 199 - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Park Hotel Ravenna Viale delle Nazioni, 181 - 48122 Ravenna - Marina di Ravenna
Hotel Columbia Viale Italia, 70 - 48123 Ravenna - Marina Romea
Hotel La Tavernetta Viale dei Lecci, 11 - 48123 Ravenna - Marina Romea
Villa RoncuZZi Via Marino Silvestroni, 8/10 - 48026 Russi - San Pancrazio

RISTORANTI

Casa Conti Guidi Via Boncellino, 113 - 48012 Bagnacavallo
La Scottona Srl - Via Cadorna, 12 - 48012 Bagnacavallo
Vecchia Romagna Via D. Turci, 74/1 - 48010 Castiglione di Ra
Al Teatro Via XX Settembre, 169 - 48015 Cervia
Il Veliero Via Nazario Sauro, 124 - 48015 Cervia
La Taverna dei pescatori Via Lungomare d'Annunzio - 48015 Cervia
Ligio Restaurant café Via Roma, 83 - 48015 Cervia
Locanda dei Salinari Via XX Settembre, 67 - 48015 Cervia
Acquario Viale Oriani, 71 - 48015 Cervia - M. Marittima
Al Caminetto Via Matteotti, 46 - 48015 Cervia - M. Marittima
La Frasca Rotonda Don Minzoni 3 - 48015 Cervia - M. Marittima
Zafferano del caffè della Rotonda Rotonda I° Maggio - 48015 Cervia - M. Marittima
Cinque Cucchiari Via Emilia Ponente, 23 - 48018 Faenza
La Baïta Via Naviglio, 25/C - 48018 Faenza
Zingarò Via Campidori, 11 - 48018 Faenza
Ristorante Antica Trattoria del Teatro Vicolo del Teatro, 6 - 48022 Lugo
Al Boschetto Via Faentina, 275 - 48100 Ravenna
Ca' De Ven Via Corrado Ricci, 24 - 48100 Ravenna
Il cerchio dei golosi Viale Pallavicini, 2 - 48100 Ravenna
Osteria dei Battibecchi Via Tesoreria Vecchia, 16 - 48100 Ravenna
Kontiki Verghereto arenile demaniale - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Ristorante "Ai Pioppi" Via Marina n. 5 - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Vistamare Via Romagna, 199 - 48125 Ravenna - Lido di Savio
Ristorante "Al Porto" - Viale delle Nazioni, 2 - 48122 Ravenna - Marina di Ravenna
Ristorante "Salemare" Viale delle Nazioni, 420 - 48122 Ravenna - Marina di Ravenna
Veranda sul Mare Viale Italia, 32 - 48123 Ravenna - Marina Romea
Trattoria Bar Flora Via Ragone, 104 - 48125 Ravenna - Ragone
Osteria del Pescatore Via Faentina, 273 - 48100 Ravenna - San Michele

tenimento di questi requisiti a un alto livello si traduce, inevitabilmente, in una campagna di marketing mirata e ricca di vantaggi.

Naturalmente nel caso di un marchio è indispensabile tenere fede a tutto ciò che esso simboleggia, altrimenti niente potrà convincere un cliente a ritornare, se l'azienda non ha mantenuto le promesse fatte. Questo, infatti, il marchio rappresenta: da un lato, una promessa che la struttura fa ai clienti e, dall'altro, la valutazione che i clienti fanno del mantenimento effettivo di tale promessa. Dunque, costruire una identità anche visiva facilita la comunicazione e crea un canale di scambio. Questo processo, una volta attivato, va però mantenuto coerente e costante nel tempo e nello spazio.

Il marchio, che attesta il possesso e il mantenimento di elevati standard prestazionali, premia attività che possono così differenziarsi per eccellenza dai concorrenti presenti sul mercato. Ma premia, di conseguenza, anche il territorio e la sua cultura, di cui le strutture certificate sono, insieme, interpreti e protagoniste. La risorsa "cultura" dà valore aggiunto alla progettualità e alla imprenditorialità e diventa un fattore fondamentale di sviluppo sociale e crescita economica. Inoltre si viene a generare, attraverso un sapere diffuso sul territorio e sapientemente compreso dalle imprese eccellenti, un ciclo virtuoso suscettibile di implementare la qualità di tutto il settore. Nel nostro caso, quello turistico.

Il marchio "Ospitalità Italiana" è una certificazione promossa da Is.na.r.t. - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e dalle Camere di Commercio per stimolare l'offerta di qualità in Italia. Le imprese che conseguono questo riconoscimento hanno scelto la qualità come obiettivo da perseguire ed ogni anno decidono di mettersi in discussione sottoponendosi a delle valutazioni condotte

da personale esterno alle strutture stesse. Le valutazioni vengono sottoposte alle Commissioni provinciali, composte da rappresentanti della Camera di Commercio, delle associazioni di categoria, dei consumatori e da esperti Isnart, che deliberano il rilascio ed il mantenimento della certificazione.

Soltanto le aziende che hanno ottenuto un punteggio elevato sono titolate ad esporre il logo del marchio "Ospitalità Italiana", assegnato solo a quegli esercizi che hanno un'offerta di eccellenza. Il marchio fornisce quindi ai clienti attuali e potenziali una valutazione obiettiva del livello di servizio offerto e rappresenta una garanzia sia per gli esercenti che per i turisti: visibilità, chiarezza di immagine, garanzia di qualità, facilità di scelta, condivisione del sistema di valori tra chi offre un servizio e chi se ne avvale.

Alberghi e ristoranti che espongono il marchio "Ospitalità Italiana" garantiscono, in sintesi, elevati standard di accoglienza e di servizio ed un corretto rapporto qualità-prezzo.

Ogni anno viene organizzato a livello nazionale il "Premio Ospitalità Italiana" e sono i turisti i veri protagonisti perché, con il loro voto, eleggono i migliori alberghi e ristoranti italiani, tra cui sono comprese anche 84 strutture ad oggi certificate nel territorio della provincia di Ravenna, che hanno ottenuto il marchio di qualità Isnart "Ospitalità Italiana".

Dopo il crescente successo delle scorse edizioni, le aziende ammesse al marchio in Italia sono oltre 4400, distribuite nelle diverse regioni, da nord a sud.

* Ufficio Promozione
Camera di Commercio di Ravenna





Investire nel binomio cultura-natura

di ILARIO RASINI*

L'anno appena chiuso è stato senza dubbio un anno record per il turismo in provincia di Ravenna. Già ad ottobre si sono superati i sette milioni di presenze turistiche ed alla fine di dicembre si è raggiunto il livello più alto in assoluto. Cresce Cervia che da sola rappresenta il 55% del turismo provinciale. E cresce Ravenna, sia sul versante balneare dei suoi nove lidi che sul versante della città d'arte, superando i tre milioni di presenze. Dati importanti di un settore strategico per l'economia provinciale, che aumentano la responsabilità per il 2010 al fine di consolidare questi risultati positivi e magari andare ancora più avanti sul piano della redditività e dell'occupazione indotta; tanto più che da altri settori dell'economia (agricoltura, industria manifatturiera, porto) si attendono performance modeste, comunque in calo rispetto al trend precedente alla crisi 2008-2009. In questo contesto il turismo naturalistico è suscettibile di un'ulteriore crescita, se si attrezza il territorio di adeguati servizi e di una cultura dell'ospitalità e se si costruisce un'offerta veramente integrata attorno al binomio natura-cultura. DELTA 2000, d'intesa con gli Enti locali delle province di Ravenna e Ferrara, da tempo ha investito nel turismo cosiddetto "slow", cioè lento nelle modalità di fruizione, mai banale perché presuppone la scoperta delle eccellenze ambientali e paesaggistiche del nostro territorio, nonché rispetto dei fragili equilibri ecologici delle aree incluse o attigue al Parco del Delta del Po. A livello nazionale

il dato 2008 quantifica in nove miliardi di euro il giro d'affari di questo segmento turistico, pari al 9% del turismo complessivo. A livello locale le quattro edizioni della Fiera del Birdwatching organizzate a Comacchio hanno visto una media annua di 20.000 visitatori paganti. Nell'ultimo biennio, poi, il calendario di eventi denominato "Primavera Slow", fatto di escursioni guidate, pedalate, passeggiate a cavallo, corsi di fotografia, lezioni di birdwatching, laboratori didattici, appuntamenti enogastronomici e altro ancora nei tanti siti del vasto territorio del Delta, da Mesola a Cervia ed Alfonsine, ha coinvolto ben 40.000 persone ogni anno.

Nella prossima primavera ritorna, con la quinta edizione, la Fiera del Birdwatching, dal 30 aprile al 2 maggio a Comacchio, dotata come sempre di un ampio spazio espositivo, di mostre fotografiche di alto profilo, di appuntamenti culturali di qualità; è stata mantenuta, però, anche l'articolazione territoriale e tematica del programma, che si sviluppa nell'arco di due mesi (aprile e maggio) e con una novità sostanziale: un importante evento di apertura a Cervia, "La Città Natura", che si svolgerà dall'1 all'11 aprile al Magazzino del Sale, a Borgo Marina e nelle aree protette della salina e della pineta cervese.

Nei giorni 8 e 9 maggio sono previsti in centro a Ravenna i "Green days", vera e propria vetrina del Parco del Delta del Po nel cuore della città bizantina; altri appuntamenti sono programmati a Ravenna ed in

particolare nel borgo di S.Alberto, vera è propria porta d'ingresso nel cuore del Parco del Delta, e nei comuni di Bagnacavallo, Russi ed Alfonsine. Rinviando al sito www.podeltabirdfair per una conoscenza più dettagliata del programma e dei pacchetti dell'ospitalità proposti dalle strutture ricettive.

Ci preme qui, invece, sottolineare una preoccupazione comune a tutti gli eventi proposti: deve trattarsi di una fruizione di questi beni e siti ambientali in modo responsabile ed ecosostenibile, perché parliamo di un territorio fragile, esposto ad una notevole pressione antropica e vittima dei cambiamenti climatici e ambientali in atto. Anzi, sembra a volte che chi ha la responsabilità del governo del territorio consideri ormai compiuta, una volta per sempre, l'opera di tutela e conservazione di queste aree sensibili. Così non è, perché nuove situazioni di degrado e nuovi problemi strutturali si stanno evidenziando e aggravano quelli preesistenti (rischi alluvionali, penetrazione del cuneo salino, erosione della costa, subsidenza, impoverimento della biodiversità e del paesaggio agrario, inquinamento chimico delle acque). Due soli esempi

poniamo all'attenzione di chi organizza la fruizione del territorio: il degrado di una parte grande delle nostre pinete e l'aumento della salinità nelle aree umide del ravennate, in particolare della Valle Mandriole, che ha già cambiato la sua ecologia e quindi anche la sua fisionomia paesaggistica. Problemi complessi che mal si conciliano con la pochezza di risorse stanziata dal Governo per l'ambiente e per i Parchi o con i vincoli imposti dal patto di stabilità ai bilanci degli Enti locali; problemi che richiedono però ugualmente impegno e capacità progettuale.

Investire allora nel binomio natura-cultura vuol dire predisporre condizioni durevoli per una fruizione sostenibile e per un turismo di qualità e corrispondere così ad una crescente cultura ambientalista, che prima o poi saprà vincere: come scriveva Pablo Neruda "Potranno tagliare tutti i fiori, ma non fermeranno mai la primavera".

* Sportello Informativo Delta 2000 per la Provincia di Ravenna

Primavera Slow 2010
 Eventi nel Parco del Delta del Po Emilia-Romagna
1 aprile - 30 maggio

Escursioni • Lezioni di fotografia • Degustazioni
 Lezioni di birdwatching • Gite in barca
 Biciclettate • Passeggiate a cavallo

1-11 aprile
 Speciale Cervia,
 la città-natura

30 aprile - 2 maggio
 Comacchio
 Fiera Internazionale
 del Birdwatching
 e del Turismo
 Naturalistico

Info 0533 57693 www.podeltabirdfair.it V edizione



APS
 ARTIGIANA PULIZIE SERVIZI

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

Sopralluoghi e preventivi GRATUITI
 (Ravenna e provincia)

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

Via A. Fortis, 37 - Ravenna - Tel. 0544 452779 - www.aps.ra.it - aps.rav@libero.it

CAMION VELA: NON LO CONSIGLIAMO MAI, MA SE LO VOLETE...



Ai nostri Clienti,
per le proprie esigenze di pubblicità,
proponiamo **sempre e solo i mezzi più efficaci**:
dai giornali alla radio, al web, al cinema...

Per questo non ci sentiamo di consigliare
i cosiddetti "camion vela".

Ma per chi li ritiene indispensabili per
la propria comunicazione, Publimedia Italia
li mette, naturalmente, a sua disposizione.

Servizio Camion Vela
a partire da € **381,00** + IVA (stand by mensile)
per settimana

PUBLIMEDIA
I T A L I A

CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com

NUMERO VERDE ☎ 800.862.220

Tutti i Palazzi della Camera

di SAVERIO AMADORI*

La Camera di commercio, istituita nel 1862 - in conseguenza della legge n. 680 del 6 luglio 1862 - ebbe nel corso della sua storia numerose sedi di cui la prima fu presso il palazzo Vitelloni in via Guerrini - attuale sede della Banca d'Italia - poiché in esso era allora ospitata la succursale della Banca Nazionale il cui segretario, il dottor Emilio Ghezzi, era stato nominato anche primo presidente camerale.

Tuttavia, per il limitato spazio a disposizione, già l'anno successivo la sede venne trasferita nel palazzo Rasponi del Sale (attualmente sede della Unicredit) in piazza del Popolo.

In seguito al maggiore ruolo assunto dalla Camera di commercio nell'attività di sviluppo economi-

co provinciale si rese però necessaria una nuova soluzione per la sede e questa volta fu scelto, nel 1870, il palazzo Fabiano nell'attuale via IV novembre (all'epoca via Beccherie).

Nel 1906 dovette essere adottata una nuova sistemazione più funzionale in considerazione del fatto che fra il 1903 e il 1909 il porto raddoppiò il tonnellaggio delle merci trattate; si scelse allora come luogo il palazzo prefettizio, e in particolare gli ambienti a piano terra rivolti verso l'attuale piazza Garibaldi dove ora si trova l'ufficio postale (edificio ricostruito nelle presenti linee nel 1923).

Un ulteriore progetto per la realizzazione di una nuova sede camerale fallì nel 1916, tramontato a causa degli eventi bellici della

prima guerra mondiale; era stato presentato dall'architetto ravennate Giovanni Tempioni, autore, tra l'altro, del nuovo ospedale civile di Forlì e dell'ospedale infantile Alessandri di Verona. Nel 1919 si decise quindi l'acquisto del palazzo Raisi in via Mariani, sede che fu inaugurata dopo adattamenti e restauri nel 1922.

Nel 1939 ancora un cambiamento: la Camera iniziò infatti i lavori per la creazione di una nuova sede nella costruenda piazza del Littorio (attuale piazza Caduti per la Libertà) e il progetto fu affidato all'architetto Emanuele Mongiovi; tuttavia gli interventi furono nuovamente sospesi nel 1942 a causa del conflitto bellico. Dopo la guerra il palazzo fu riattato e destinato prima a sede del Provveditorato



La più Grande Festa della Romagna

(già Festa Provinciale de l'Unità)

a
Ravenna
la
grande
festa
2010

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

**INVESTI SU UNA CERTEZZA
PER RIPARTIRE ALLA GRANDE**



27 agosto • 13 settembre 2010 • 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

alle opere pubbliche di Bologna e in parte acquistato dal Genio civile di Ravenna ed è attualmente occupato dagli uffici della Regione. La "costruzione del palazzo fu a suo tempo imposta all'Ente per sistemare la piazza nella quale era stata costruita la casa del Littorio, ma l'allora Consiglio [Provinciale delle Corporazioni] avrebbe potuto svolgere, come ha finora svolto, i suoi compiti anche nella vecchia sede di via Mariani..."

Si propose di cedere la struttura ad altri enti, dato che "per ultimare la costruzione e renderla abitabile occorrono ancora diversi milioni, mancando tutti gli infissi, intonaci interni, pavimenti, scale; altri milioni occorrono per gli impianti telefonici, elettrici, riscaldamento e termosanitari...". Nell'occasione il commissario camerale Camillo Garavini annotava inoltre che "anche la cittadinanza è sempre stata contraria a tale costruzione per la sua prospettiva che non risponde a un minimo senso di buon gusto e non si adatta per nulla alla



zona e agli edifici circostanti". Intanto il palazzo Raisi fu duramente colpito dal bombardamento alleato nella notte del 25 agosto 1944 ed in seguito fu requisito ed adibito ad ospedale militare: "costatato che a causa delle operazioni belliche la sede di via Mariani è stata prima sinistrata dai bombar-

damenti e che successivamente, in seguito alla occupazione della stessa da parte delle truppe alleate per circa 4 mesi, i locali sono rimasti molto danneggiati, ed è venuta a mancare gran parte del mobilio d'ufficio..." vennero richiesti fondi per la sua rimessa a norma. Gli uffici furono quindi

IL VOSTRO PARTNER PER LA LOGISTICA.

Nella nostra provincia, 13 dei migliori consorzi, cooperative e imprese dell'autotrasporto e del factoring hanno dato vita al Gruppo RATIO Sistemi.

Il Gruppo offre ai propri clienti la gestione di processi 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

180bc



DL n. 223 4/7/06
Titolo 1 - Articolo 2 - Comma 1 - lettera B:
... È abrogato il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali...

**Sì, Ingegnere,
adesso puoi farti
pubblicità.**

PUBLIMEDIA
I T A L I A



Professionisti della Pubblicità, per la Pubblicità dei Professionisti.

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com • NUMERO VERDE 800.862.220

sfollati, dopo il bombardamento, in parte in via Diaz e in parte in via Vicoli n. 65, in una zona ad ovest esterna alla città e quindi lontana dai più importanti obiettivi militari quali il porto e la ferrovia situati nella zona ad est. Essi furono allestiti all'interno di una baracca in legno approntata per l'occasione: "costruzione di una baracca in legno da adibire ad uso uffici del Consiglio". Rammentiamo come via Vicoli fu teatro, proprio la sera del giorno della Liberazione di Ravenna (4 dicembre 1944), dell'uccisione di tre persone da parte di militari tedeschi in fuga dalla città.

Pur con le numerose richieste di contributi e di autorizzazioni ai rispettivi organi competenti ancora nel 1946 non erano stati eseguiti i lavori di risistemazione della sede di via Mariani e quindi la Camera provvide ad anticipare a sue spese gli interventi dato che "quasi tutti i locali dello stabile camerale sono in pessime condizioni di manutenzione e non possono essere più a lungo adibiti ad uso uffici... se non viene provveduto con urgenza alla ritoccatura degli intonaci e tinteggiatura delle pareti e verniciatura degli infissi" e soprattutto alla "posa in opera [dei] vetri rotti dai bombardamenti e non ancora sostituiti".

La nuova sede: l'area comincia ad essere individuata fin dal 1947 quando viene riferito in consiglio camerale "come nei viali cittadini, di fronte alla stazione ferroviaria, si trovi, semidistrutta dai bombardamenti e completamente inutilizzata, la costruzione già denominata 'Casa del balilla'. Se il Commissario, nominato per l'amministrazione dei beni dell'ex GIL [Gioventù italiana del Littorio], lo consentisse, si potrebbe esaminare la possibilità di costituire a Ravenna un consorzio per la ricostruzione e lo sfruttamento del summenzionato fabbricato".

La costruzione della nuova sede in viale Farini (all'epoca ancora viale Pallavicino), dovuta all'intuizione del presidente Luciano Cavalcoli, fu bandita con un concorso nel 1953 che fu vinto dall'architetto romano Antonino Manzone (1924-1996), anche se dei premi furono attribuiti ad alcuni altri partecipanti: Luigi Vignali, Adriano Gandoni e Ivano Belettani. Manzone, specializzato in Svezia, propose una costruzione molto moderna per i tempi soprattutto per il forte impatto visivo offerto dalle distruzioni belliche nelle zone circostanti: "La forma planimetrica e volumetrica del nuovo edificio per la Camera di commercio industria e agricoltura, è stata determinata dal desiderio di

mantenere la costruzione sul filo stradale in modo da poter ricomporre la prima parte del viale Farini che oggi si presenta completamente disordinato sia per la zona di rispetto alla Chiesa di S. Giovanni Evangelista, sia per l'allargamento di fronte alla Scuola dove sorge il Monumento ai Caduti, sia per la posizione degli altri edifici". L'inaugurazione della sede avvenne nel 1957, si trattava di una "struttura in vista, la sua ampia bucatura al piano terreno e il ritmo delle finestre dei piani superiori, concorrono a rendere vario il fronte pur abbastanza esteso"; Antonino Manzone annotava infine che "si è cercato di inserire l'edificio armonicamente nella volumetria degli edifici di Ravenna non superando l'altezza prescritta alla linea di gronda anche per il vincolo di rispetto alla vicina Basilica". A distanza di trent'anni fu indetto un bando di ristrutturazione che si concluse nel 1990 e, riprendendo le parole dell'allora Presidente Pietro Baccarini, "la ristrutturazione della sede di un ente come la Camera di commercio è un fatto straordinario: la rarità dell'evento, l'ingente mobilitazione di risorse finanziarie e umane, il ricorso alle più disparate professioni e specializzazioni, l'intelaiatura di relazioni che ne derivano sono ampiamente sufficienti a definirlo

CALMIERE DEI GENERI DI PRIMA NECESSITÀ NEL CAPOLUOGO DI RAVENNA
 COMPILATO DAL COMITATO PROVINCIALE DEI PREZZI
 Listino prezzi massimi N. 5 in vigore dall'11 Gennaio 1947.

GENERI E QUALITÀ	Prezzo		GENERI E QUALITÀ	Prezzo	
	da grossista a dettaglio	al consumo		da grossista a dettaglio	al consumo
Grassi	Lire	Lire	Vino	Lire	Lire
Lardo - pancetta tesa e guanciaie . . . al Kg.	510,-	560,-	Bianco base 9 gradi al litro	47,-	60,-
Strutto	560,-	610,-	Rosso base 10 gradi	47,-	60,-
Formaggi			Latte		
Vaccino molle	150,-	200,-	Alla stalla (prezzo nazionale) . . . al litro	32,-	36,-
Vaccino secco	250,-	300,-	Al consumo (prezzo nazionale) . . .	—,-	36,-
Carni Bovine			Vetro		
Carne da brodo, parte anteriore (petto, doppione collo e pancia) 25% di osso . . .	—,-	260,-	Vetro lucido semplice per merce tagliata nella misura richiesta dal cliente . . . al m.²	—,-	500,-

NOTE: I prezzi sopraindicati si riferiscono agli acquisti per i quali non sia previsto l'uso della carta annonaria. La quantità ceduta all'acquirente consumatore non dovrà superare il normale consumo giornaliero. I prezzi sopraindicati sono valevoli per il Capoluogo; per i rimanenti Comuni della Provincia valgono i prezzi dei listini comunali che dovranno essere pubblicati dai rispettivi Sindaci, i quali hanno la facoltà di ridurre i prezzi di cui sopra nella misura più consona ai particolari costi vigenti nei propri Comuni. I prezzi all'ingrosso non sono comprensivi dell'imposta di Consumo. I prezzi al consumo sono comprensivi di qualsiasi gravame di imposta. Tutti i prodotti in vendita al pubblico devono portare un cartellino con l'indicazione del prezzo, qualità, e varietà della merce. **Il presente listino deve essere affisso in ogni negozio in luogo ben visibile al pubblico.** Per tutte le inadempienze alle norme del Decreto Prefettizio n. 1092 U. E. dell'11 ottobre 1946 si procederà a termini di legge.

IL PREFETTO PRESIDENTE - Omodeo Salè

VOLANTINI:
ABBIAMO DI MOLTO MEGLIO,
MA SE LI VOLETE...



Ai nostri Clienti,
per le proprie esigenze di pubblicità,
proponiamo **sempre e solo i mezzi più efficaci**:
dai giornali alla radio, al web, al cinema...

Per questo non ci sentiamo di consigliare
volantini e la distribuzione "door to door".

Ma per chi li ritiene indispensabili per
la propria comunicazione, Publimedia Italia
li mette, naturalmente, a sua disposizione.

Servizio volantinaggio
a partire da € 270.00
per 10.000 unità


CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com

NUMERO VERDE  800.862.220

tale... Il rinnovo della sede camerale è stato, dunque, un'impresa imponente". I lavori in questa occasione furono affidati all'architetto Filippo Monti che ne aveva anche progettato l'opera.

Dopo altri vent'anni dagli ultimi interventi si è giunti all'attuale ristrutturazione della sede camerale. I lavori hanno compreso anche il Palazzo Loreta (quest'ultimo era stato acquistato dalla Camera di commercio nel dicembre del 1994 e inaugurato -in

seguito ai restauri e lavori eseguiti dell'ingegnere ed architetto Achille Valentini, dall'architetto Filippo Monti e dall'ingegner Ignazio Montalto- nel 1999).

Ora, sotto la guida del Presidente Gianfranco Bessi, riprende luce, trasparenza e splendore l'architettura originaria, con l'adattamento degli spazi interni alle nuove esigenze della Camera di commercio, e a quelle degli utenti, per affrontare assieme le odierne sfide e la

crisi economica e consegnare contestualmente un concreto testimone di nuovo impulso per la ricrescita del territorio ravennate.

(fine prima parte
...segue)

* Incaricato del riordino dell'archivio della Camera di Commercio di Ravenna per Hyperborea s.r.l.
www.hyperborea.com

PER CHI VOLESSE SAPERNE DI PIÙ...

BALZANI R., *Immagini dello sviluppo*, in "La Camera di commercio di Ravenna (1862-2002). Un'istituzione al servizio del territorio ravennate", a cura di Dante BOLOGNESI e Paola MORIGI, Ravenna, 2003, pp. 25 sgg.;

BERTONI F. - RAVA D., *Filippo Monti architetto*, Faenza, 2009;

BOLZANI G., *Trasformazioni urbanistiche e progetti architettonici a Ravenna (1921-1942)*, in *Atti del Convegno "Arnaldo Foschini. Didattica e gestione dell'architettura in Italia e nel primo Novecento"*, a cura di Nullo PIRAZZOLI, Comune di Russi, Faenza, 1979, pp. 132-142;

CAMERA DI COMMERCIO DI RAVENNA, *Breve nota sulla ristrutturazione degli immobili della sede camerale*, Ravenna, 2000;

Dossier: città e cultura urbanistica tra le due guerre. Ravenna, a cura di F. BOTTINI, in «Urbanistica informazioni», 99, maggio-giugno 1988;

FABBRI P., *Ravenna. Geografia di un territorio*, Bologna, 1974;

FILIPPONE D., *Il piano regolatore di Ravenna*, in «Urbanistica», 1-2, 1944;

GUALDRINI G., *Architettura e urbanistica tra fascismo e ricostruzione: i casi di Ravenna e Faenza*, in "Le Giunte popolari nel ravennate. Esperienze democratiche e ricostruzione 1944-1946". Atti del convegno di Ravenna (24-26 ottobre 1980), Ravenna, 1982, pp. 498-520;

I piani della città. Trasformazione urbana, identità politiche e sociali tra fascismo, guerra e ricostruzione in Emilia-Romagna, a cura di Roberto PARISINI, Bologna, 2003;

La Camera di commercio si rinnova. Adattamento di una struttura al cambiamento delle variabili sociali, culturali, tecnologiche e tecniche, in «Bollettino economico», n° 6, 1990, pp. 3-54;

LENCI R., *Antonino Manzone*, Roma, 1997;

Luigi Vignali, a cura di Stefano ZIRONI e Fulvia BRACHETTA, *Sala bolognese*, 1992;

MARZOCCHI M., *Urbanistica e edilizia a Ravenna fra le due guerre*, in «Storia Urbana», 51, 1990, pp. 189-222.

ENERGIA PULITA. UN'IMPRESA POSSIBILE.

I finanziamenti per la produzione di energia attraverso impianti fotovoltaici, studiati su misura per i fabbisogni delle imprese, piccole imprese e liberi professionisti, facilitano l'installazione e la realizzazione di impianti di diverse dimensioni. Hanno fino a 15 anni di durata e possono arrivare a coprire interamente i costi sostenuti.

Minima la documentazione richiesta, con la possibilità di ricevere in anticipo una quota rilevante dell'importo finanziato. I finanziamenti possono essere concessi anche senza richiedere garanzie ipotecarie, con la semplice cessione dell'incentivo statale previsto dal "Conto Energia", in abbinamento a un'idonea copertura assicurativa "all risk". Nuove soluzioni finanziarie sono infine riservate alle imprese che in generale sostengono programmi di investimento aventi per scopo il risparmio energetico e l'utilizzo delle energie rinnovabili: impianti, nuove tecnologie, miglioramento dei processi, studi di fattibilità.

C'È UN PATRIMONIO CHE CI STA PARTICOLARMENTE A CUORE.

CASSA DEI RISPARMI DI FORLÌ E DELLA ROMAGNA
Vicini a voi.

La Cassa dei Risparmi di Forlì e della Romagna è una banca del gruppo INTESA SANPAOLO

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



DL n. 223 4/7/06
Titolo 1 - Articolo 2 - Comma 1 - lettera B:
... È abrogato il divieto, anche parziale, di svolgere pubblicità informativa circa i titoli e le specializzazioni professionali...

**Sì, Architetto,
adesso puoi farti
pubblicità.**

PUBLIMEDIA
I T A L I A

412bc



Professionisti della P ublicità, per la Pubblicità dei P rofessionisti.

info@publimediaitalia.com • www.publimediaitalia.com • NUMERO VERDE ☎ 800.862.220

ARCO

LAVORI



LAVORI



FACILITY
MANAGEMENT



MEDICALE



ENERGIE

UNA RETE AD ALTO GRADO DI "INNOVAZIONE"

IMPIANTI TECNOLOGICI
COSTRUZIONE E RISTRUTTURAZIONE DI EDIFICI CIVILI ED INDUSTRIALI
COSTRUZIONE E MANUTENZIONE RETI ACQUA E GAS
FORNITURA E POSA IN OPERA DI IMPIANTI ALIMENTATI DA FONTI RINNOVABILI
GLOBAL SERVICE - GESTIONE DI GRANDI PATRIMONI IMMOBILIARI