

rassegna camerale 12 - 18 marzo 2012

in questo numero

Poco qualificati o inadeguati E l'impresa snobba i laureati
Made in Italy, arriva Ice agenzia
E' nato il punto UNI modenese, un supporto per le norme comunitarie
La Regione taglia i finanziamenti ma la Camera di Commercio si salva
Concorso Enologico
Maggioli: «Ho la fiducia, adesso basta»
Tutte le specialità del buon mangiare modenese
Sedici prodotti tra tradizione e sapori
Imprese da valorizzare
"In famiglia" Da Forlì turismo per le famiglie
Arriva il menù bolognese doc
Marchio di tutela della Camera di Commercio a mele e formaggi
Maggioli: «E' grave pensare di escludermi in questo modo»
"In Famiglia" sbarca a Children's Tour
Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco
Aeroporto, Filetti scommette sul rilancio
Maggioli contrattacca i suoi accusatori
Tour risorgimentale
Dalle Cdc 20 milioni alle piccole aziende
Nel bando 2012 un milione dalla Camera di Commercio
"Africa open for business" il progetto prende piede
Un'iniziativa dedicata alle imprese storiche
Rete internazionale dei registri imprese
Imprese, i danni da neve salgono a 70 milioni
Consorzi di tutela Dop Modena
Fedeltà al lavoro e contributo al territorio

12 marzo 2012

Poco qualificati o inadeguati E l'impresa snobba i laureati <i>Italia Oggi Unioncamere - Camere di Commercio</i>	4
Made in Italy, arriva Ice agenzia <i>Italia Oggi Unioncamere - Camere di Commercio</i>	6

14 marzo 2012

E' nato il punto UNI modenese, un supporto per le norme comunitarie <i>La Nuova Prima Pagina di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	8
La Regione taglia i finanziamenti ma la Camera di Commercio si salva <i>La Voce di Romagna Ravenna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	9

15 marzo 2012

Il Resto del Carlino Bologna: Concorso Enologico <i>ALTRE TESTATE Unioncamere - Camere di Commercio</i>	10
Il Resto del Carlino forlì: Concorso Enologico <i>ALTRE TESTATE Unioncamere - Camere di Commercio</i>	11
Il Resto del Carlino Ravenna: Concorso Enologico <i>ALTRE TESTATE Unioncamere - Camere di Commercio</i>	12
Maggioli: «Ho la fiducia, adesso basta» <i>Corriere Romagna di Rimini Unioncamere - Camere di Commercio</i>	13
Tutte le specialità del buon mangiare modenese <i>Gazzetta di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	14
Sedici prodotti tra tradizione e sapori <i>Gazzetta di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	15
Imprese da valorizzare <i>Gazzetta di Reggio Unioncamere - Camere di Commercio</i>	17
"In famiglia" Da Forlì turismo per le famiglie <i>Il Corriere Romagna Forlì Unioncamere - Camere di Commercio</i>	18
Arriva il menù bolognese doc <i>Il Resto del Carlino Bologna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	19
Marchio di tutela della Camera di Commercio a mele e formaggi <i>Il Resto del Carlino Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	20
Motori e Sapori <i>Il Resto del Carlino Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	21
Maggioli: «E' grave pensare di escludermi in questo modo» <i>Il Resto del Carlino Rimini Unioncamere - Camere di Commercio</i>	23
"In Famiglia" sbarca a Children's Tour <i>La Nuova Prima Pagina di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	24
Marchi su cui scommettere <i>La Nuova Prima Pagina di Reggio Emilia Unioncamere - Camere di Commercio</i>	25
Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco <i>La Repubblica Bologna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	26
Aeroporto, Filetti scommette sul rilancio <i>La Repubblica Bologna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	27
Maggioli contrattacca i suoi accusatori <i>La Voce di Romagna Rimini Unioncamere - Camere di Commercio</i>	28
"Io, legittimato dal Consiglio" <i>Nuovo Quotidiano di Rimini Unioncamere - Camere di Commercio</i>	29

16 marzo 2012

Il Resto del Carlino Bologna: Concorso Enologico <i>ALTRE TESTATE Unioncamere - Camere di Commercio</i>	30
Il Resto del Carlino Forlì: Concorso Enologico <i>ALTRE TESTATE Unioncamere - Camere di Commercio</i>	31
Il Resto del Carlino Ravenna: Concorso Enologico <i>ALTRE TESTATE Unioncamere - Camere di Commercio</i>	32
Camera Commercio diventa sede del "Punto Uni" <i>Gazzetta di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	33
Infrastrutture e alleanze per rilanciare l'Appennino <i>Gazzetta di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	34
Tour risorgimentale <i>Gazzetta di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	35

Biagi, dopo dieci anni la lezione è ancora attuale <i>Il Resto del Carlino Ravenna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	36
CAMERADI COMMERCIO IN ROSA <i>Il Resto del Carlino Ravenna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	38
Dalle Cdc 20 milioni alle piccole aziende <i>Il Sole 24 Ore Unioncamere - Camere di Commercio</i>	39
Nel bando 2012 un milione dalla Camera di Commercio <i>La Nuova Ferrara Unioncamere - Camere di Commercio</i>	40
Risarcimenti auto e liti condominiali Arriva il mediatore <i>La Nuova Ferrara Unioncamere - Camere di Commercio</i>	41
"Africa open for business" il progetto prende piede <i>La Nuova Prima Pagina di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	42
Il 43% delle imprese vede nero <i>La Voce di Romagna Ravenna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	43

17 marzo 2012

Alle imprese danni per settanta milioni <i>Corriere Romagna Cesena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	44
Fedeltà al Lavoro Oggi alla Fiera la consegna dei riconoscimen <i>Il Resto del Carlino Ferrara Unioncamere - Camere di Commercio</i>	45
Innovazione, serve un sito <i>Il Resto del Carlino Ferrara Unioncamere - Camere di Commercio</i>	46
Progettare la sostenibilità Dibattito nella sala Zambelli <i>Il Resto del Carlino Forlì Unioncamere - Camere di Commercio</i>	47
QS: motori & sapori <i>Il Resto del Carlino Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	48
Un'iniziativa dedicata alle imprese storiche <i>Il Resto del Carlino Ravenna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	49
Rete internazionale dei registri imprese <i>Il Sole 24 Ore Unioncamere - Camere di Commercio</i>	50
Imprese storiche Ultime iscrizioni <i>La Voce di Romagna Ravenna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	51
Imprese, i danni da neve salgono a 70 milioni <i>La Voce di Romagna forlì Unioncamere - Camere di Commercio</i>	52
Consorzi di tutela Dop Modena <i>Modena Qui Unioncamere - Camere di Commercio</i>	53
Simest cede le quote in Lactitalia Produceva falso pecorino <i>Modena Qui Unioncamere - Camere di Commercio</i>	54

18 marzo 2012

Mediazione e conciliazione un seminario all'università <i>Gazzetta di Reggio Unioncamere - Camere di Commercio</i>	56
Giustizia rapida e poco costosa Un convegno sulla conciliazione <i>Il Giornale di Reggio Emilia Unioncamere - Camere di Commercio</i>	57
Fedeltà al lavoro e contributo al territorio <i>Il Resto del Carlino Ferrara Unioncamere - Camere di Commercio</i>	58
ECONOMIA CREATIVA COME MISURARLA? <i>Il Sole 24 Ore Unioncamere - Camere di Commercio</i>	59

Competenze insufficienti o non rispondenti alle esigenze del mercato dietro i dati di Almalaurea

Poco qualificati o inadeguati E l'impresa snobba i laureati

Pagine a cura
DI **BENEDETTA PACELLI**

Altro che abolizione del valore legale della laurea. Il fatidico «pezzo di carta» sembra ormai abbia perso anche qualsiasi valore reale. Scorrendo i dati del XIV rapporto Almalaurea sulla condizione occupazionale dei laureati, infatti, si scopre come i laureati siano sottoinquadri, mal retribuiti e costretti in molti casi a fare un lavoro per il quale non hanno studiato. Quando va bene, perché mentre cresce il numero di contratti precari, la disoccupazione ingrossa le proprie file anche in quelle professioni fino ad ora al sicuro dalla crisi occupazionale, come quella medica o ingegneristica. Insomma non solo abbiamo un numero di laureati tra i più bassi di Europa (20 contro la media Oecd di 37), ma non garantiamo loro un'occupazione. Perché?

Secondo le imprese perché nella maggior parte dei casi la domanda non si allinea con l'offerta, «le aziende, cioè», ha spiegato Filippo Abramo presidente dell'Aidp, l'Associazione italiana per la direzione del personale, «chiedono alcune competenze mentre i giovani laureati ne posseggono altre». Forse per una miopia del siste-

ma produttivo che nel passato non ha saputo prevedere in che direzione andava lo sviluppo e la crescita del mercato del lavoro. E quindi non ha saputo orientare.

Il risultato? Il 39% delle imprese nel 2011 non ha inserito laureati e oltre il 64% non ne inserirà nell'anno in corso. Questo non deve portare, dicono in molti, all'abbandono degli studi universitari, ma indirizzarli intelligentemente verso le richieste del mercato anche perché «un sistema industriale che ignora i laureati è destinato a morire». Magari il punto è preferire discipline che, dopo la laurea, siano ancora competitive sul mercato delle offerte di lavoro. Altrimenti, perché no, puntare sulla formazione tecnica specializzata, anche se non universitaria.

Alcuni dati. Secondo i dati del rapporto Almalaurea a 12 mesi dal conseguimento della laurea sia triennale che quinquennale, circa il 20% dei laureati non ha un lavoro. Nel 2007, dunque, prima della crisi, lo stesso dato, per entrambe le tipologie dei laureati era vicino al 10%. In sostanza la disoccupazione è raddoppiata in quattro anni. E non solo perché, sempre nel quadriennio precedente la crisi, tra il 2004 e il 2008, cioè, l'Italia ha fatto segnare una riduzione della quota di occu-

pati nelle professioni ad alta specializzazione in controtendenza ancora una volta con gli altri paesi europei. Ma quanto è nel complesso il numero dei laureati che il sistema richiede? Secondo i consueti rapporti Excelsior-Unioncamere la quota di dottori richiesti nel mondo del lavoro è pari al 12,5% di tutte le assunzioni stimate e la domanda, nel 2011, ferma a 74 mila laureati.

Dove i maggiori disoccupati. Ma quali sono i gruppi di-

disciplinari che sfornano, per così dire, il maggior numero di disoccupati? A cinque anni dal titolo, dice Almalaurea, «si osservano valori significativi del tasso di disoccupazione tra i laureati dei gruppi architettura (17%), geobiologico (15%), letterario (14%) e insegnamento (11%)».

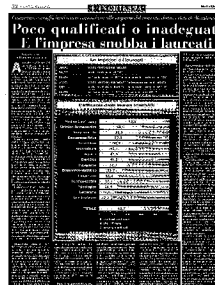
All'opposto, invece, le professioni mediche, sanitarie e i laureati nelle facoltà scientifiche. La quasi totalità dei laureati in ingegneria e nelle professioni sanitarie risulta, infatti, occupata a tre anni

dalla laurea (92% per entrambi). Segno positivo anche per gli esiti occupazionali dei laureati del gruppo scientifico (la quota è pari al 91%). Ecco perché, ha precisato ancora il presidente dei direttori del personale, «è necessario orientare i giovani verso i corsi di studio tecnico-scientifico che possono garantire l'occupabilità. Lo scarto dipende, ovviamente, dalla fisionomia del nostro sistema produttivo, in gran parte composto da piccole e medie imprese che non sempre necessita

dall'ingegnere super-laureato ma, magari, di un ottimo perito industriale».

La percezione delle imprese. Qual è dunque il candidato ideale per le imprese? Secondo un ulteriore approfondimento effettuato da Almalaurea dal professor Giancarlo Gasperoni (su un campione di 536 aziende in cui lavorano laureati, di cui 327 hanno assunto laureati nel 2011) nella selezione del personale grande rilievo viene dato all'esperienza di lavoro dopo gli studi, alla conoscenza delle lingue ma anche alle competenze acquisite durante il corso di studi. L'opinione comune è, però, che le università forniscano competenze disciplinari generali, non sufficienti al mondo del lavoro: è necessaria una formazione aziendale che completi il bagaglio conoscitivo dei laureati con conoscenze più operative, il problem solving, l'orientamento al risultato. Non è un caso che sempre sul campione intervistato il 42,5% delle imprese nella selezione del personale ha riscontrato «poche candidature qualificate» e un'altrettanta percentuale, invece, di «candidature inadeguate».

...l'attenzione di chi sele-



«L'attenzione di chi seleziona», spiega Amedeo Veglio dell'area formazione di Assolombarda, «si focalizza sin dalle fasi di prima selezione su alcune competenze strategiche fondamentali per un positivo inserimento nell'organizzazione aziendale. Queste sono, per esempio, la capacità di gestione delle relazioni, la capacità di decidere in autonomia, la capacità di gestire informazioni, la capacità di innovazione, la flessibilità di pensiero». Dal canto loro le imprese devono «riuscire a trasferire in modo chiaro e sistematico le competenze richieste». Ecco dunque la proposta di Assolombarda: «costruire, per i principali corsi di laurea d'interesse delle imprese, un osservatorio delle competenze, che riesca a evidenziare e a trasferire alle università le competenze attese dalle aziende».

«Le imprese», aggiunge poi Ennio Lucarelli, presidente di Confindustria servizi innovativi e tecnologici, «conoscono bene le competenze che sono loro necessarie o si aspettano dal neolaureato, ma spesso non riescono a esprimerle in modo chiaro. Così come è vero che in alcuni casi competenze troppo evolute non riescono a essere colte da una classe imprenditoriale forse ancora immatura. L'università, però», secondo Lucarelli, «deve fare la sua parte, avvicinarsi al mondo delle imprese e avere un respiro più internazionale».

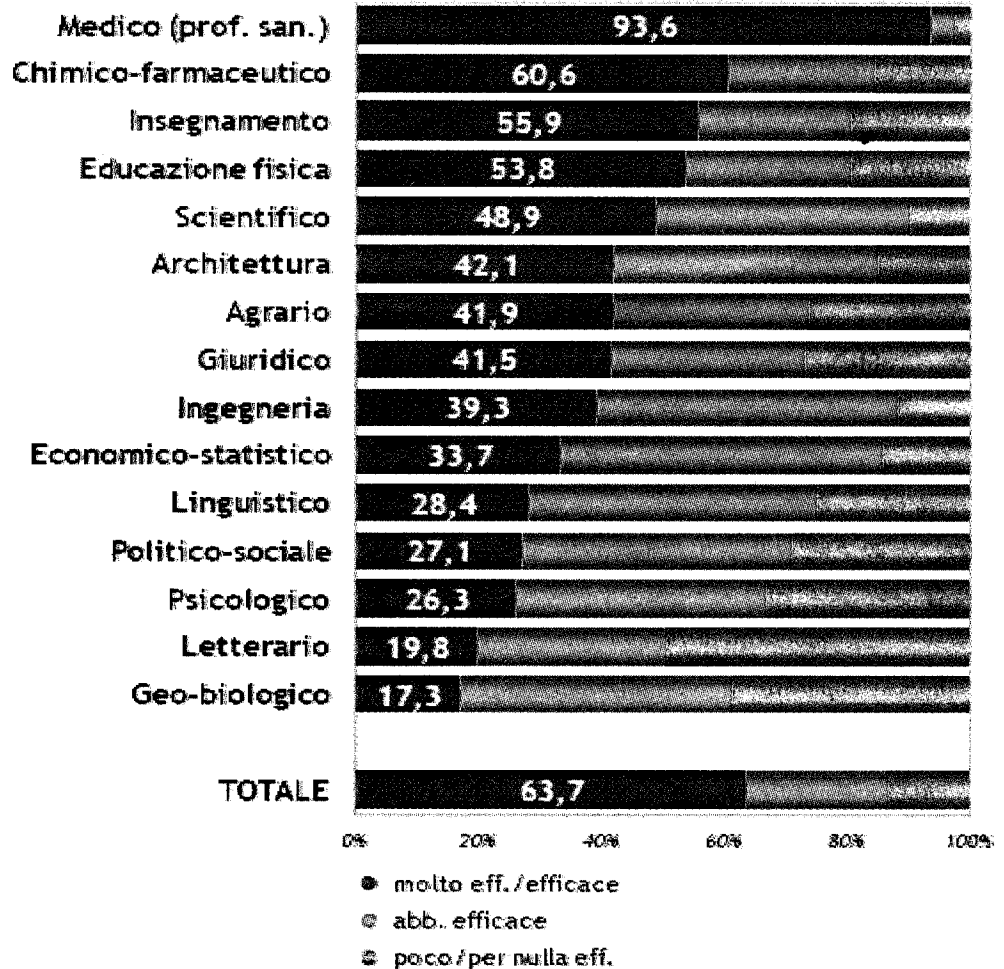
© Riproduzione riservata

Le imprese e i laureati

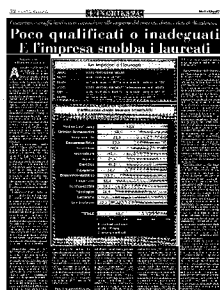
39,0%	non ha inserito laureati nel 2011
64,2%	non inserirà laureati nel 2012
32,6%	ha inserito laureati nel 2011 ma non prevede inserimenti nel 2012
31,5%	non ha inserito laureati nel 2011 né prevede inserimenti nel 2012
7,5%	non ha inserito laureati nel 2011 ma prevede inserimenti nel 2012
28,4%	ha inserito laureati nel 2011 e ne inserirà ancora nel 2012

L'efficacia della laurea triennale

Laureati di primo livello del 2006 a cinque anni dalla laurea



Fonte: Indagine sulla condizione occupazionale dei laureati
Consorzio Interuniversitario Almalaurea



Nasce già monco il nuovo organismo di promozione all'estero introdotto con la legge 214/2011

Made in Italy, arriva Ice Agenzia

Ma senza adeguate risorse umane e finanziarie rischia il flop

DI **ELISABETTA TALONE***

Tra le misure urgenti adottate dal governo è stata istituita Ice Agenzia per la promozione all'estero con legge n. 214/2011, con l'obiettivo di favorire i processi di internazionalizzazione del nostro sistema imprenditoriale, alla pari delle Trade promotion organizations (TPOs) degli altri paesi industrializzati.

L'impianto normativo che istituisce la nuova Agenzia presenta elementi di criticità che contribuiscono a configurare quello italiano come un caso anomalo se confrontato con quello che viene realizzato negli altri paesi. La legge n. 214/2011, infatti, comporta, nel concreto, la riduzione del servizio pubblico e delle iniziative a favore delle aziende italiane, quale conseguenza diretta della riduzione delle attività e dell'impovertimento delle funzioni, causate dal dimezzamento del personale di ruolo ex Ice, e la dispersione delle specifiche professionalità, senza peraltro apportare un risparmio per le casse dello stato. Il dimezzamento del personale, che provoca, in via di fatto, un'insufficiente operatività, risulta da un'aprioristica determinazione ex lege della dotazione organica in un massimo di 300 unità, definita senza che siano state preliminarmente individuate le funzioni e le conseguenti risorse umane necessarie

al suo funzionamento.

A tale grave criticità, che costituisce il vulnus maggiore, si aggiunge la progressiva netta riduzione, negli ultimi anni, delle assegnazioni promozionali pubbliche in favore della promozione pubblica. Peraltro, la legge non interviene con strumenti adeguati in modo da rendere il nuovo soggetto il vero punto di riferimento degli altri enti pubblici che operano per l'internazionalizzazione, attribuendo all'Agenzia, come sarebbe stato auspicabile, una precisa funzione di coordinamento, tale da porre a sistema le risorse e potenziare le iniziative. Si eviterebbero in tal modo la frammentazione delle attività e la dispersione delle risorse, a detrimento dell'incisività delle azioni e dell'unitarietà e coesione dell'immagine del paese all'estero.

La legge istituisce la cabina di regia (composta, tra gli altri, da regioni, Unioncamere, Confindustria, Rete imprese Italia e Abi) con la funzione di formulare le linee guida e di indirizzo strategico in materia d'internazionalizzazione delle imprese, anche per quanto riguarda le decisioni di allocazione degli investimenti promozionali. Tuttavia, non prevede una vera funzione di coordinamento tra risorse e attività di tutti gli enti pubblici di supporto all'internazionalizzazione, mentre individua la competenza speci-

fica della cabina nella programmazione delle risorse pubbliche attribuite all'Agenzia.

Alle funzioni e ai poteri della cabina di regia, che si duplicano e sovrappongono con quelli del consiglio di amministrazione dell'Agenzia, si aggiungono i poteri di indirizzo in materia di promozione e internazionalizzazione attribuiti al Mise e al Mae, e anche al ministero dell'economia, che quindi svolgono una molteplice funzione di controllo sulla gestione di risorse sempre più scarse.

La legge prevede una catena decisionale, contenente zone d'ombra ed evidenti sovrapposizioni, che non risulta trasparente, snella e flessibile in relazione ai rapidi mutamenti dei mercati, ma che invece prevede tempi e procedure che non appaiono in linea con le esigenze delle imprese che si confrontano in ambiti internazionali.

A questo sistema decisionale si aggiungono, all'estero, i poteri di direzione, vigilanza e coordinamento dei capi missione sul personale dell'Agenzia la quale, non possedendo propri uffici, opera nell'ambito delle rappresentanze diplomatiche e consolari, limitando potenzialmente l'autonomia decisionale e funzionale dei propri dipendenti in relazione al potere di direzione attribuito al capo missione che quindi potrebbe risultare sovraordinato e sovrapposto a quello dell'Agenzia.

Queste criticità possono venire risolte adeguando l'impianto normativo e rendendolo coerente e competitivo rispetto al panorama internazionale.

Prendendo ad esempio recenti esperienze di paesi concorrenti, si riscontra, infatti, un percorso che va in senso opposto a quello adottato in Italia. Il caso della Francia, in questo

senso è emblematico. Dopo aver sperimentato nel 2001 la formula dell'integrazione con le ambasciate, nel 2009 l'Agenzia di promozione UbiFrance è stata riordinata sul modello organizzativo del soppresso Ice attribuendo in aggiunta, oltre alla missione tipica di una Tpo, funzioni di coordinamento e di raccordo nei confronti degli altri soggetti operanti in tema di internazionalizzazione.

Anche gli altri paesi, se pure in forme diverse, hanno rafforzato il proprio sistema di internazionalizzazione con TPOs articolate in maniera più efficiente ed efficace rispetto a quanto sembra emergere dalla legge n. 214/2012.

Per assicurare al nostro paese una risorsa strategica per favorire la proiezione internazionale del suo complesso tessuto di piccole e medie imprese sarebbe quindi opportuno do-

tare Ice Agenzia di adeguate risorse umane e finanziarie, di funzioni di coordinamento e di snellezza operativa e decisionale, adottando correttivi all'impianto della legge, di carattere normativo e regolamentare, che appaiono necessari e allo stesso tempo attuabili.

Quanto contenuto in questo articolo è stato puntualmente rappresentato ai soggetti istituzionali interessati da parte di Icedir-Cida con l'appoggio di FpCida e Cida-Unadis

* segretario generale
Icedir-Cida



Cosa fanno

Le Trade promotion organizations (TPOs) sono enti strumentali alla politica economica estera di cui si sono dotati i principali paesi attori del commercio internazionale a fronte dei profondi mutamenti che hanno caratterizzato l'ambiente competitivo mondiale negli ultimi anni. Tali enti sostengono l'internazionalizzazione delle imprese nazionali attraverso sia l'erogazione di servizi di tipo informativo, formativo e di assistenza alle loro strategie di espansione sui mercati internazionali sia la realizzazione di iniziative fieristiche o di altri eventi di promozione collettiva. Le TPOs, insieme alle Agenzie di assicurazione delle operazioni economiche con l'estero (Export credit agencies, in Italia la Sace spa) e a quelle che si occupano di fornire agevolazioni finanziarie (in Italia la Simest spa) configurano il sistema di supporto all'internazionalizzazione da parte delle moderne economie.

Il caso Ubifrance

Il sistema francese di sostegno all'internazionalizzazione è caratterizzato da un quadro istituzionale complesso che presenta molte analogie con quello italiano, con alcuni enti che operano a livello nazionale ed altri a livello locale e reti dislocate sia sul territorio nazionale che all'estero. Di conseguenza, anche in Francia si è posto il problema del coordinamento tra i vari soggetti, al fine di ridurre le diseconomie derivanti da competenze sovrapposte e interventi frammentati. In Francia esiste una ripartizione delle competenze complementari tra i vari soggetti, coordinati dalla Tpo, a cui si aggiunge l'assunzione di impegni a effettuare una programmazione congiunta delle attività e a scambiarsi reciprocamente le informazioni, creando strumenti di condivisione di azioni e risorse.

Come sono organizzate

La maggior parte delle Tpo mondiali ha natura pubblica e opera sotto la vigilanza di uno o più ministeri, competenti per la formulazione degli indirizzi strategici di politica promozionale estera del paese. Tuttavia, esse si differenziano notevolmente dal punto di vista delle strutture organizzative, dei canali di finanziamento e delle modalità operative. Più comunemente si tratta di enti di diritto pubblico (economici come la spagnola Ices e la francese Ubifrance) o di agenzie governative (come la britannica Ukti, la coreana Kotra o l'australiana Austrade). Sono rari i casi in cui la Tpo ha invece natura giuridica privata o associativa (come la finlandese Finpro). Di norma, le TPOs hanno una sede centrale nel paese di origine e diverse filiali in paesi esteri. Il numero di sedi nazionali ed estere è variabile da un'istituzione all'altra e correlato a diversi fattori come l'interesse strategico e la prossimità a un dato mercato estero o la disponibilità di adeguate risorse umane e finanziarie.

Gli ingredienti del successo

Le analisi internazionali sull'efficacia delle Tpo hanno individuato i seguenti fattori critici di successo della loro missione istituzionale: 1) sufficiente dotazione di risorse finanziarie da impiegare per il funzionamento delle infrastrutture di supporto e per la realizzazione di incisivi programmi promozionali; 2) impiego di adeguate risorse umane professionalmente qualificate ad affiancare gli sforzi di internazionalizzazione delle imprese; 3) fornitura di servizi innovativi a elevato valore aggiunto sempre più integrati in logiche di filiera e in progetti a valenza strategica; 4) sistematica valutazione dell'attività svolta al fine di alimentare il miglioramento continuo delle decisioni di allocazione della spesa pubblica.

Il finanziamento delle attività

Anche dal punto di vista finanziario esiste una notevole differenziazione. La maggior parte beneficia di risorse pubbliche per il finanziamento delle attività istituzionali e delle spese di gestione. Non di rado, tuttavia, ulteriori apporti finanziari per l'attuazione dei piani promozionali provengono da altri soggetti pubblici e privati (come i L ander nel caso tedesco o le regioni, le Camere di commercio e le associazioni di categoria, come nel caso italiano). Negli

ultimi anni, una quota crescente delle entrate, ancorch  ancora bassa in relazione al totale,   costituita dai ricavi per la vendita di servizi personalizzati alle imprese. L'entit  del finanziamento pubblico differisce tra i vari paesi. Nel 2010, per esempio, il finanziamento pubblico in favore di Ices   stato pari allo 0,11% del valore delle esportazioni, mentre i governi coreano e giapponese hanno finanziato l'attivit  delle proprie agenzie (Kotra e

Jetro) con un apporto pari a circa lo 0,4% del valore delle esportazioni. Nel 2010, le Tpo con le maggiori dotazioni finanziarie erano la britannica Ukti (circa 410 milioni di euro), la giapponese Jetro (circa 340 milioni di euro) e la francese Ubifrance (302 milioni di euro). Per la nuova agenzia Ice si prevede al momento un finanziamento complessivo all'incirca di 110 milioni di euro tra contributi alla struttura e dotazione promozionale.



NOVITÀ In programma anche un seminario

E' nato il punto UNI modenese**Un supporto per le norme comunitarie**

MODENA

E' operativo il nuovo Punto di diffusione UNI (Ente Nazionale Italiano di Unificazione) per la provincia di Modena presso la Camera di Commercio.

Nella sede di via Ganaceto 113 a Modena, gli imprenditori del territorio possono ricevere informazioni sulle norme della serie ISO, EN e UNI in tutti i settori industriali, commerciali e del terziario, ad esclusione di quello elettrico ed elettrotecnico di competenza del CEI-Comitato

Elettrotecnico Italiano. I servizi disponibili vanno dalla diffusione di informazioni sulla normazione tecnica riguardante la qualità e le marcature CE, all'acquisto di norme a prezzo scontato.

Inoltre, è stato organizzato il primo seminario in collaborazione con la Rete Regionale dei Punti UNI emiliano romagnoli. Il seminario, gratuito, si terrà venerdì, alle ore 11.30 a Modena Fiere. Per maggiori informazioni: 059-208888, www.mo.camcom.it; puntouni@mo.camcom.it



EFFETTI DELLA CRISI L'ENTE DI VIALE ALDO MORO RIDUCE DI 120MILA EURO LE RISORSE ALL'ISTITUTO RAVENNATE CONTRIBUTO DI CIRCA 70MILA EURO

La Regione taglia i finanziamenti ma la Camera di Commercio si salva

Costrette a tirare la cinghia. Anche le Camere di commercio dell'Emilia-Romagna risentono della crisi delle finanze pubbliche: la Regione ha infatti ridotto di circa 120.000 euro il finanziamento previsto per il 2012, rispetto alle cifre erogate nei due anni precedenti. In totale, dunque, per l'anno in corso viale Aldo Moro ha stanziato per le Camere di commercio 1,3 milioni

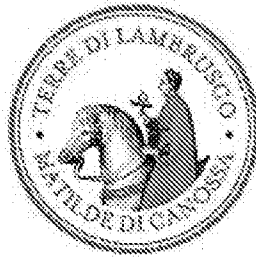
di euro: 32.815 euro a Bologna; 167.413 euro a Ferrara; 198.969 euro a Forlì-Cesena; 208.517 euro a Modena; 149.131 euro a Parma; 116.266 euro a Piacenza; 69.373 euro a Ravenna; 210.650 euro a Reggio Emilia; 173.696 euro a Rimini. Tutte le Camere di commercio si sono viste limare tra i 10 e i 20.000 euro (tranne Bologna e Ravenna) rispetto al finanziamento che la Regione ha riconosciuto nel 2010 e nel 2011: in totale



1,44 milioni di euro. A dare il quadro è l'assessore regionale al Personale, Donatella Bortoloni.

lazzi: "La riduzione delle risorse ha come obiettivo condiviso una ridefinizione dei parametri di contributo riconducibili al corretto svolgimento delle funzioni, secondo la configurazione risultante dal nuovo assetto organizzativo". Allo stesso tempo, però, la Regione vuole "continuare ad assicurare le risorse necessarie" alle Camere di commercio, le quali "non hanno lamentato problemi di sottofinanziamento".





**Concorso Enologico
"Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco"
3ª edizione – 17 e 18 maggio 2012**

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco".

Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, farla conoscere ai consumatori ed agli operatori.

Ai Concorso Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve delle vendemmie 2010 e/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede e/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

- a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop);
- b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (igt);

Ognuna delle categorie a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:

- Rosso frizzante – tipologia secco e semisecco;
- Rosso frizzante – tipologia amabile e dolce;
- Rosato frizzante – tipologia secco e semisecco;
- Rosato frizzante – tipologia amabile e dolce;

- c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (Dop).

I Vini della categoria c) sono suddivisi in :

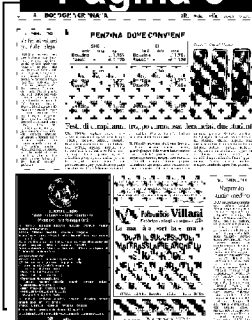
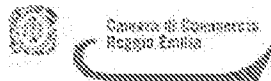
- Bianco spumante – tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosato spumante – tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosso spumante – tipologia da Brut a Dolce

I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a sorteggio e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.

Il metodo di valutazione utilizzato è quello "Union Internationale des Oenologues".

Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sui siti: www.rc.camcom.gov.it; www.concorsoiambrusco.it.





**Concorso Enologico
"Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco"
3ª edizione – 17 e 18 maggio 2012**

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco".

Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, farla conoscere ai consumatori ed agli operatori.

Al Concorso Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve delle vendemmie 2010 e/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede e/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

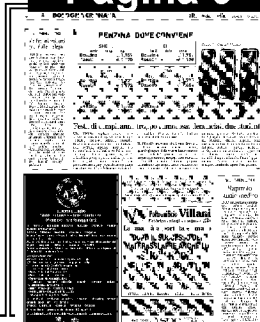
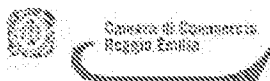
- a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop);
 - b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (igt);
- Ognuna delle categorie a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:
- Rosso frizzante – tipologia secco e semisecco;
 - Rosso frizzante – tipologia amabile e dolce;
 - Rosato frizzante – tipologia secco e semisecco;
 - Rosato frizzante - tipologia amabile e dolce;
- c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (Dop).
- I Vini della categoria c) sono suddivisi in :
- Bianco spumante – tipologia da Brut nature a Dolce
 - Rosato spumante – tipologia da Brut nature a Dolce
 - Rosso spumante – tipologia da Brut a Dolce

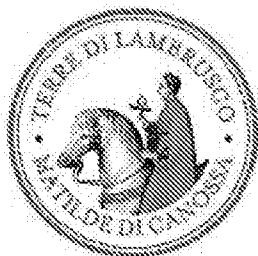
I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a sorteggio e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.

Il metodo di valutazione utilizzato è quello "Union Internationale des Oenologues".

Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sui siti: www.re.camcom.gov.it; www.concorsolambrusco.it.





**Concorso Enologico
"Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"
3ª edizione - 17 e 18 maggio 2012**

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco".

Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, farla conoscere ai consumatori ed agli operatori.

Ai Concorso Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve delle vendemmie 2010 e/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede e/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop);

b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (Igp);

Ognuna delle categorie a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:

- Rosso frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosso frizzante - tipologia amabile e dolce;
- Rosato frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosato frizzante - tipologia amabile e dolce;

c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (Dop).

I Vini della categoria c) sono suddivisi in :

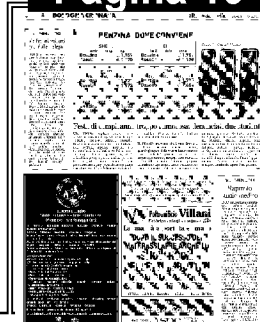
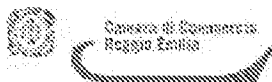
- Bianco spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosato spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosso spumante - tipologia da Brut a Dolce

I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a sorteggio e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.

Il metodo di valutazione utilizzato è quello "Union Internationale des Oenologues".

Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sui siti: www.re.camcom.gov.it; www.concorsolambrusco.it.



Secondo il presidente della Camera di Commercio c'è stato troppo clamore e se la prende con chi ha deciso di organizzare una manifestazione contro di lui

Maggioli: «Ho la fiducia, adesso basta»

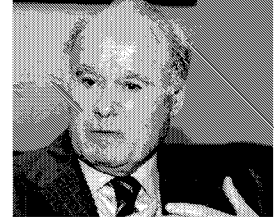
«È grave e sbagliato escludere dalla cosa pubblica chi ha emendato un comportamento»

RIMINI. Il Consiglio mi ha rinnovato la fiducia. Adesso basta commentare. Chi continua non ha senso di responsabilità. E' questo il succo del ragionamento che Manlio Maggioli inviato ieri ai giornali. Troppo, secondo il rinnovato presidente della Camera di commercio, il clamore che ha suscitato la vicenda dei due milioni di euro scudati da San Marino (e poi riportati su un conto del Titano). Così il presidente invita a osservare il caso con la

«giusta proporzione». Come se fosse normale portare capitali all'estero. Ma secondo Maggioli è ora di mettere al bando i commenti, visto che il comportamento è stato «emendato», e ci sono tutte le carte in regola per poter continuare a rappresentare la «cosa pubblica». Anzi, chi ragiona diversamente ha «una visione manichea» della realtà: insomma, non si può distinguere il mondo tra buoni e cattivi. Per di più ora che sono un uomo nuovo. La

rottura del silenzio iniziato all'indomani della notizia della *scudata* avviene dopo l'annunciata manifestazione di protesta, lanciata dal Prc e appoggiata per ora solo da Sel - indetta per il 28, giorno in cui Maggioli presenterà il rapporto sull'economia a fianco delle istituzioni. Ma il caso ha vissuto vicende alterne: all'indomani della notizia, quasi tutte le associazioni avevano condannato duramente l'episodio e i sindacati avevano chie-

sto chiaramente un passo indietro, istituzioni incluse. Ma i venti di guerra si sono ridimensionati prima in giunta (dove gli è stata rinnovata la fiducia), poi in consiglio camerale dove solo i sindacati non hanno cambiato idea. Di due giorni fa è l'intervento di Mauro Gardenghi, segretario di Confartigianato e membro della Camera di commercio, che ha invitato a riflettere sulle conseguenze sociali della rinnovata fiducia.



za.

Proprio perché il rispetto dei ruoli è fonte continua di legittimazione e base fondamentale per una fattiva collaborazione nell'interesse della nostra comunità. E di questo oggi più che mai si avverte la necessità.

Non ha quindi ragione d'essere il continuare ad assistere ad una rappresentazione un poco malinconica dove tanti possono dire tutto e commentare qualsiasi cosa, mentre per senso di responsabilità sarebbe opportuno guardare tutti all'interesse comune.

In questa vicenda perde infatti proprio chi interviene a ruota libera e non nei luoghi e nei modi opportuni, e chi, pur esprimendo legittime opinioni, pensa di ricorrere a manifestazioni plateali contro una ponderata e tempestiva assunzione di responsabilità da parte del Consiglio della Camera di Commercio.

Presidente della Camera di Commercio di Rimini

di Manlio Maggioli*

Dopo diversi giorni di silenzio e dopo il Consiglio Camerale dello scorso 12 marzo, credo sarebbe opportuno per tutti valutare con più moderazione quello che è successo. Credo che sia utile sia per l'interesse del territorio, delle imprese, dei lavoratori, che per la salvaguardia dell'autonomia delle istituzioni e per il rispetto delle persone che le rappresentano.

Sulla mia vicenda si è espresso chiaramente il Consiglio Generale della Camera di Commercio, organo rappresentativo dell'economia del territorio: in primo luogo di tutte le associazioni di categoria e delle imprese, del mondo del credito, dei sindacati e dei consumatori. Questo è l'organo che mi ha eletto e al quale rendo conto della mia funzione di rappresentanza dell'Ente. Non tenerne conto e affermare, come qualcuno ha fatto, che il

Consiglio non è sufficientemente rappresentativo, corrisponde ad un vulnus inaccettabile che mi costringe ad intervenire, mio malgrado.

Ci sono infatti regole nel nostro ordinamento che presiedono alla rappresentanza delle imprese e noi le rispettiamo tutte. Sarebbe bene quindi che si mantenesse il senso delle propor-

zioni, senza dare adito ad ulteriori strumentalizzazioni.

Entrando nel merito della questione, ribadisco che ci troviamo in una fase di cambiamento decisivo sul tema della legalità: di fronte a questo c'è chi assume un atteggiamento conseguente e chi, incapace di autocritica, si limita a dare giudizi a prescindere.

È grave e sbagliato pensare di escludere dalla partecipazione alla cosa pubblica chi, rispettando la Legge dello Stato, ha emendato un comportamento. Procedere in questo modo significa avere una visione manichea della realtà e muovere una distinzione inaccettabile tra buoni e cattivi, alla quale non aderisco: un pensiero che sono

sicuro possa essere condiviso con buon senso dall'opinione pubblica.

Rispetto all'Ente che presiedo, affermo che in questi anni la Camera di Commercio ha interloquuto con le Istituzioni solo per rappresentare gli interessi e i bisogni delle imprese e non è mai intervenuta per mettere in discussione la legittimità di rappresentan-

Tutte le specialità del 'buon mangiare' modenese

Dal tartufo ai tortellini, dal nocino alla crescentina: ogni zona della provincia ha una sua peculiarità gastronomica

Con la presentazione della "Caciotta dell'Appennino modenese" avvenuta lo scorso 18 gennaio, quale prodotto recentemente certificato dal marchio collettivo "Tradizione e sapori di Modena", la Camera di Commercio di Modena, nell'ambito dei propri programmi mirati alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari

modenesi, intende rinnovare l'attenzione del consumatore sulle eccellenze gastronomiche locali, proponendo con periodici appuntamenti, i prodotti che compongono il paniere camerale.

Come risaputo, l'ente camerale ha dato vita al marchio collettivo "Tradizione e sapori di Modena" allo scopo di salvaguardare quei prodotti, che pur ca-

ratterizzati da grande tipicità, ancora non beneficiano di protezioni quali DOP, IGP, ecc. La tutela di queste eccellenze dell'agroalimentare modenese è infatti garantita dall'osservanza di specifici disciplinari che regolano le metodologie di coltivazione, produzione, raccolta, confezionamento e conservazione di ogni tipo di prodotto ed al cui rispetto sono tenuti tutti i produttori aderenti, grazie ad un rigoroso sistema di controlli effettuati da organismi ufficialmente riconosciuti ed investiti di questo compito dalla Camera di Commercio.

Il paniere dei prodotti a marchio, nato nel lontano 2003, nel corso degli anni si è arricchito di numerose specialità che ad oggi sono la "Patata di Montese", il "Tartufo valli Dolo e Dragone" i "Marroni di Zocca e del Frignano", i "Tortellini di Modena", il "Nocino di Modena", il "Sassolino

di Modena", gli "Amaretti di Modena", il "Crocante artigianale del Frignano", il "Miele di castagno e millefiori dell'Appennino modenese", il "Miele millefiori di

pianura", il "Mirtillo nero dell'Appennino modenese", la "Crescentina (tigella) di Modena", il "Salame di San Felice", la "Sfogliata di Finale Emilia (Torta degli

Ebrei)", il "Gnocco fritto di Modena" ed ultima, ma solo in ordine di entrata a far parte del gruppo, la "Caciotta dell'Appennino modenese".

APPUNTAMENTI COL GUSTO

Cioccolato puro

Piazza Grande - Modena,
terzo fine settimana di marzo

Festa delle produzioni e dei sapori tradizionali

Pavullo nel Frignano,
terzo fine settimana di agosto

Giochi di cioccolato e croccante

Sestola,
secondo fine settimana di ottobre



Tradizione e sapori di Modena

GIOVEDÌ 15 MARZO 2012

a cura di A. MANZONI & C. PUBBLICITÀ **LINE**

Sedici prodotti tra tradizione e sapori

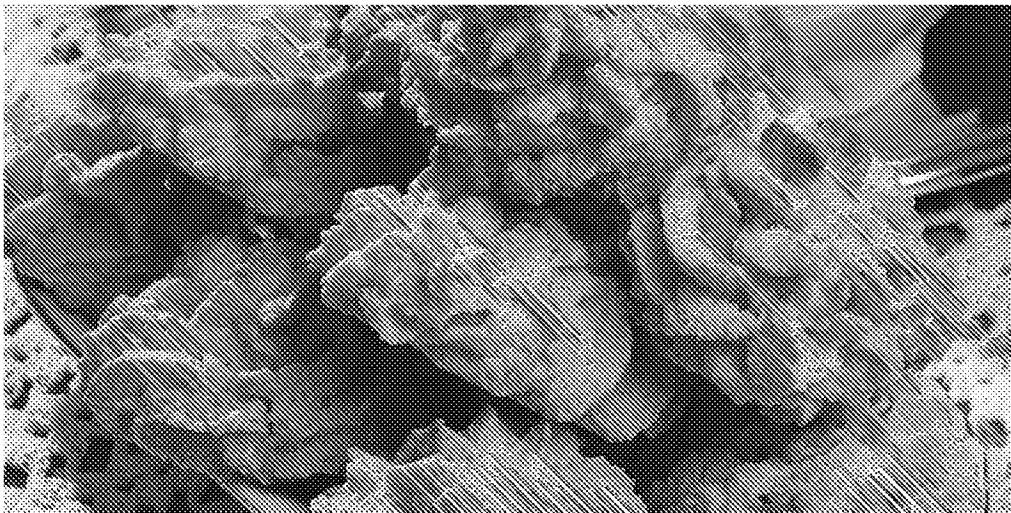
'Tradizione e sapori di Modena' della Camera di Commercio: l'agroalimentare d'eccellenza

Amaretti di Modena

Gli Amaretti di Modena sono dolci della tradizione modenese che hanno conservato nel tempo le caratteristiche di genuinità e fragranza tipiche delle "cose fatte in casa". Si tratta di deliziosi pasticcini inventati circa cent'anni or sono, anche se si ritiene che l'usanza di confezionare dolci a base di mandorle sia ancora più antica nel modenese, caratterizzati da un accat-

tivante sapore dolce-amaro e da un invitante profumo di mandorle e zucchero. Momento particolarmente delicato della preparazione è la cottura, in quanto i dolcetti, per esaltare al massimo il loro sapore, devono essere cotti e dorati al punto giusto per risultare friabili all'esterno e racchiudere all'interno una pasta morbida e ancor più fragrante. Il disciplinare, decisamente rigoroso, è garanzia di tipicità poiché prevede l'obbligo di utilizzo di mandorle dolci e amare, escluden-

do "essenze" sostitutive e conservanti, contemplando inoltre la porzionatura "a mano". Tradizionalmente vengono consumati a fine pasto accompagnati da un calice di vino bianco, ma anche a colazione o a merenda con una buona tazza di tè. Per il loro sapore intenso si accompagnano benissimo con il gusto delicato della panna montata, oppure possono essere esaltati da una goccia di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.



Pagina 30



Tutte le specialità del 'buon mangiare' modenese
L'elenco delle specialità del 'buon mangiare' modenese è molto ampio e comprende una grande varietà di prodotti, tra cui i dolci, i salumi, i formaggi e i vini. In questa pagina, si presenta una selezione di alcune delle specialità più famose e apprezzate della cucina modenese.

Croccante Artigianale del Frignano

La ricetta è ancora quella tradizionale del croccante che veniva servito alla mensa del Governatore dell'antica Provincia del Frignano, tramandata nel tempo e arrivata fino ad oggi grazie alla sapiente lavorazione degli artigiani pasticceri locali.

Nella versione "artistica" nascono creazioni degne dei migliori cesellatori.

Il prodotto però, può essere acquistato anche sotto forma di semplici e pratiche barrette.

Il segreto di una buona riuscita del prodotto sta nella cottura dello zucchero che va caramellato a 180° ed ancora caldo va amalgamato ad una uguale quantità di mandorle pelate e tritate e sempre a caldo deve essere livellato col matterello e modellato nelle forme volute.

Anche la componente climatica riveste una grande importanza nella conservazione di questo prodotto, poichè il caramello teme fortemente l'umidità, che nel Frignano non è presente. In



questa area dell'Appennino modenese, il croccante ha sempre adornato le tavole dei nostri bisnonni in occasione di cerimonie, festività ed in particolare ancora

oggi, alla fine del pranzo nuziale, invece della torta si preferisce servire una composizione realizzata con croccante alle mandorle.

Pagina 30

Tradizione e sapori
di Modena

Sedici prodotti tra tradizione e sapori



Tutte le specialità del 'buon mangiare' modenese



ALLA CAMERA DI COMMERCIO

Imprese da valorizzare

■ Ripartono oggi gli appuntamenti programmati dalla Camera di Commercio per sostenere le imprese nella valorizzazione di un patrimonio che spesso non appare adeguatamente tutelato, ovver idee, marchi, brevetti e invenzioni sui quali nel settore metalmeccanico nel 2011 ha investito il 27% delle imprese. L'incontro si terrà alle ore 16 nella Sala Grasselli dell'Ente camerale in Piazza della Vittoria.



“In famiglia” Da Forlì turismo per le famiglie

FORLÌ. Il marchio “In Famiglia”, frutto della collaborazione tra Camera di Commercio, associazioni di categoria e imprenditori, gestito dal Centro per l’innovazione e lo sviluppo economico (Cise) - azienda speciale dell’ente camerale - sarà presentato da domani al 18 a Modena, al “Children’s Tour”, fiera nazionale per le vacanze under 14. A fregiarsi del marchio le strutture certificate per il turismo formato famiglia e scolastico.

Pagina 5

Conca di Fidi
Cesena
PERAZZA, COTRIGLIARE
In un anno 16 mila multe per la velocità
Piu' controlli e sequestri record di droga
Chiterno
La Polizia di Stato
Coop. market in centro
Una nuova iniziativa del centro della Repubblica



L'INIZIATIVA OTTANTA RISTORANTI CON UN PASTO COMPLETO E RICETTE CERTIFICATE

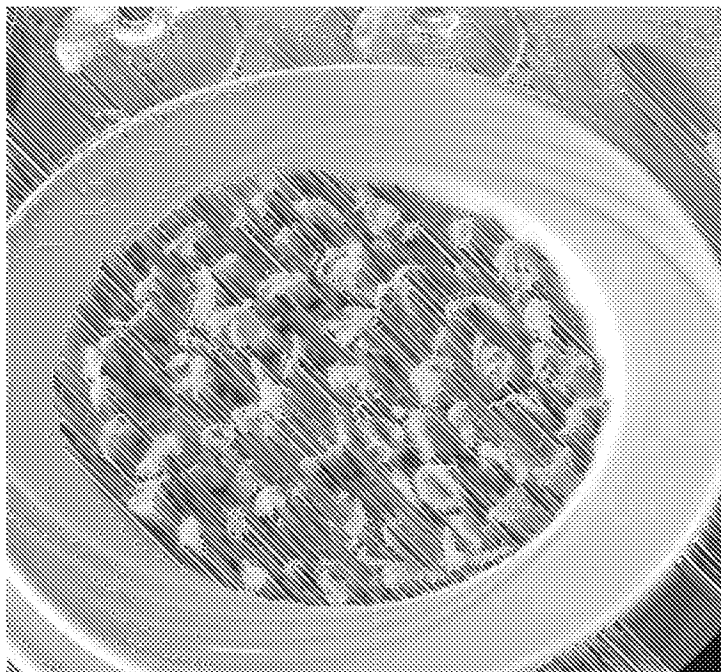
Arriva il menù bolognese doc

Organizzato da Ascom. L'elenco dei locali anche sul web

di NICOLETTA
BARBERINI MENGOLI

BOLOGNA «da grassa» non vuole smentire la sua fama. A convalida di ciò, dal 15 aprile al 30 novembre un'imponente iniziativa, 'Menù vera Bologna', coinvolgerà il capoluogo e la provincia, ed avrà come epicentro l'enogastronomia. La cucina, la cultura e la comunicazione (l'evento infatti sarà disponibile in 7 lingue sul portale www.menuverabologna.it), saranno gli elementi che promuoveranno la nostra immagine nel mondo, il nostro «biglietto da visita», come ha sottolineato Enrico Postacchini, presidente di Confcommercio che appoggia l'evento, di cui il Carlino è media-partner, assieme a Camera di Commercio, Accademia Italiana della Cucina delegazione San Luca e Lions Club Re Enzo, nonché Comune e Provincia e Regione Emilia Romagna.

È UNA GRANDE occasione per la promozione dei prodotti e dei vini delle aziende del nostro territorio che, attraverso i menù disponibili nei circa ottanta ristoranti (ma sono destinati ad aumentare) che hanno aderito all'iniziativa, possono far conoscere le alte



potenzialità di cui la città dispone. Per gli avventori saranno tre le possibilità di gustare un pasto completo, composto da tre portate a scelta con primo, secondo, contorno e dessert, inclusi vino ed acqua, differenziate per fasce di prezzo da 25, 35, 45 euro. Ciascun ristorante, rintracciabile sul portale, che esporrà anche il logo della manifestazione, sarà inserito in

una sola delle tre categorie per tutta la durata dell'iniziativa. Il menu verrà scelto tra le ricette caratteristiche degli Appennini e della pianura, ma soprattutto si avvarrà delle 16 ricette dei piatti tipici bolognesi indicati, come ha riferito Maurizio Campiverdi, dall'Accademia Italiana della Cucina. «Queste ultime, preparate secondo i dettami originali depositati in Camera di Commercio — ha affer-

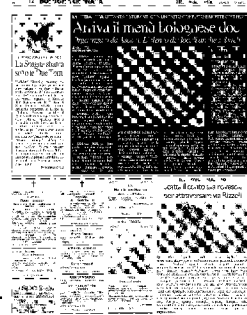
mato il presidente Bruno Filetti — costituiscono i punti forza della nostra gastronomia, che serve da supporto ed attrazione per il turismo locale assieme alle bellezze artistiche». Ora i nostri vini ed i nostri prodotti, così facilmente identificabili nei menu, ha dichiarato lo scrittore Giancarlo Rovarsi, sono anche fonte di grande interesse da parte dei cinesi. Si apre quindi un nuovo grande mercato.

I PIATTI

La nostra vera cucina

I PIATTI tipici della cucina bolognese, le cui ricette sono state indicate dall'Accademia italiana della cucina e depositate alla Camera di Commercio.

Antipasti: spuma di mortadella, galantina di pollo (o di capone), stecchini fritti alla petroniana. Primi: lasagne verdi alla bolognese, tagliatelle al ragù, tortellini in brodo, tortelloni da vigilia, zuppa imperiale. Secondi: bollito misto alla bolognese, cappone ripieno, cotoletta alla bolognese, fritto misto alla bolognese. Contorni: friggione. Dolci: certosino di Bologna, pinza, torta di riso.



PAVULLO

Marchio di tutela della Camera di Commercio a mele e formaggi

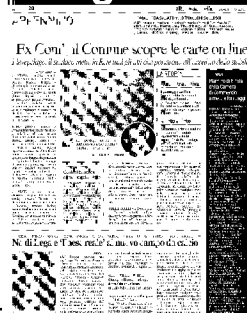
— PAVULLO —

DUE NUOVI prodotti tipici da tutelare, mela di montagna e formaggio caprino appenninico e da diffonde per rafforzare l'offerta turistica e integrare le imprese del territorio. E' la finalità del Gal Antico Frignano che di recente ha promosso con la Camera di Commercio di Modena un seminario su 'strategie di sviluppo economico del territorio attraverso la qualificazione, l'innovazione e la tutela dei prodotti locali'. Il marchio camerale Tradizione e Sapori di Modena tutela produzioni che, pur essendo caratterizzate da un'elevata qualità e tipicità, ancora non beneficiano di denominazione Dop o Igp. Per il 2012 sono state avanzate le richieste di includervi il Formaggio Caprino dell'Appennino Modenese e la Mela di Montagna. Ecco il 'bilancio' dei risultati raggiunti per alcuni dei prodotti del paniere. La Patata di Montese, con le 7 nuove adesioni del 2011, conta 42 aziende produttrici concessionarie del marchio. E' a +17% la produzione di tuberi rispetto al 2010, con 4800 quintali di patate col logo 'Tradizione e Sapori di Modena'. Per il Mirtillo nero dell'Appennino, le 9 aziende hanno prodotto 85mila unità di prodotto trasformato (+23%) con aumento richieste di lavorazione conto terzi e di prodotto anche fresco e in ambito extraregionale. Le 13 aziende hanno marchiato 17mila pezzi di Miele millefiori e Miele di castagno dell'Appennino Modenese e Miele millefiori della Pianura Modenese. Sono poi ben 57 le aziende col marchio Marrone di Zocca, che conta una superficie di produzione di 56 ettari. 31, invece, le aziende concessionarie del marchio Marrone del Frignano, che conta un'area di produzione di 38 ettari. Infine, per quanto riguarda il Tartufo delle Valli Dolo e Dragone, sono salite a 5 le aziende col marchio.

Giuliano Pasquesi

Pagina 20 di 60

Pagina 20



"la SanNicola" Promuove

MOTORI & SAPORI

Miti e Leggende della Nostra Terra...

16 - 17 - 18 Marzo 2012



Venerdì 16 Marzo 2012 - ore 20,30

Sala G. Degli Esposti - Biblioteca Comunale
"Serata Motoristica e Enogastronomica"

"Il mito Gilles Villeneuve, a trentanni dalla scomparsa"

con la partecipazione di tecnici che lo hanno conosciuto,
filmati e opinioni
seguirà assaggi di prodotti enogastronomici.

Sabato 17 Marzo 2012 - ore 14,00

Inizio iscrizioni 11° autoraduno.

(riservato alle Auto costruite tra la Ghirlandina e le Due Torri)

Piazza della Vittoria - dalle ore 15,00 alle 18,30

Potrai provare la Lamborghini Gallardo Superleggera
LP 570-4.

(vedi regolamento)



Piazza A. Moro - ore 15,00

Mostra statica vespe ed altro.

(a cura del Vespa Club castelfranco Emilia)

Domenica 18 Marzo 2012 - ore 8,30

Piazza della Vittoria

iscrizione 11° Autoraduno.

(riservato alle Auto costruite tra la Ghirlandina e le Due Torri)

Corso Martiri - ore 8,30

14° Raduno Nazionale di primavera per moto d'epoca

13° Mostra Scambio di ricambi auto, moto e cicli d'epoca.

(organizzato dal Moto Club U.I.S.P. Castelfranco Emilia)

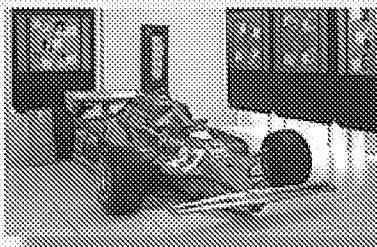
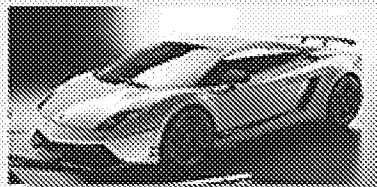
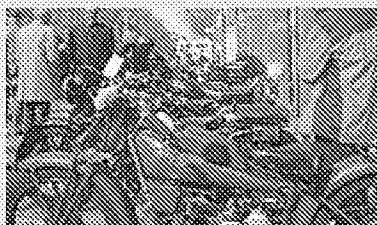
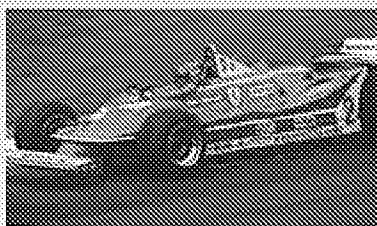
Esposizione Concessionarie Auto.

Piazza A. Moro - ore 8,30

16° Raduno Nazionale Vespa e Vespa d'epoca.

(a cura del Vespa Club Castelfranco Emilia)

Programma

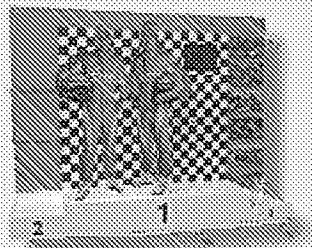
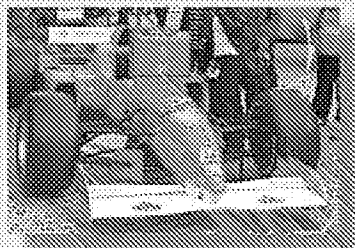


Piazza Garibaldi - ore 8,30

Esposizione di prestigiose Auto dei tre Musei modenesi
Panini - Righini - Stanguellini.

Piazza Curiel (Teatro DADA) - dalle ore 9,00 alle 18,30

Potrai provare la Lamborghini Gallardo Superleggera LP 570-4.
(vedi regolamento)



Corso Martiri (zona semaforo)

Potrete vivere l'ebbrezza della formula 1 con un
"Simulatore di guida"

un Podio di F1 per scattare le tue foto,
ammirare la Ferrari F1 del pilota Gilles Villeneuve.
(messi a disposizione della Galleria Ferrari di Maranello)

Officine Borghi (Cavazzona) - ore 11,00

Gara di regolarità.

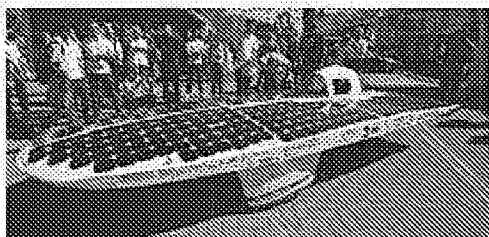
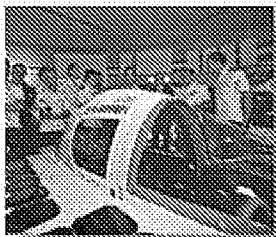
(tra gli equipaggi iscritti precedentemente)



In Piazza Garibaldi Sabato e Domenica:

Mercatino prodotti tipici regionali,

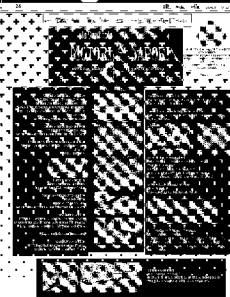
le Eccellenze del territorio, Nocino modenese, Aceto Balsamico Tra-
dizionale di Modena, Prosciutto di Modena, Parmigiano Reggiano,
Mortadella di Bologna, Vino bianco di Castelfranco Emilia, Lambrus-
co, Pignoletto.



Sabato e Domenica

verrà esposta "Emilia II"

la vettura italiana, a batterie solari, che ha preso parte al
World Solar Challenge 2011 Darwin-Adelaide



Maggioli: «E' grave pensare di escludermi in questo modo»

Camera di Commercio, dal presidente 'siluri' a Gnassi e Vitali

«ADESSO basta, mi sono proprio stufato...». La decisione di Manlio Maggioli arriva nel pomeriggio di ieri: «Ora parlo io». Poche ore dopo, l'imprenditore rompe il silenzio di questi giorni e si lancia in un'accalorata difesa, attraverso una lunga dichiarazione. Non ci sta, il presidente di Camera di commercio, a subire altri attacchi, dopo aver incassato lunedì la fiducia (quasi all'unanimità) del consiglio. Maggioli parte proprio da qui: «Sulla mia vicenda (i 2 milioni di euro 'scudati' nel 2009) si è espresso chiaramente il consiglio generale della Camera di commercio. Questo è l'organo che mi ha eletto e al quale rendo conto della mia funzione di presidente. Non tenerne conto e affermare, come qualcuno ha fatto, che il consiglio non è sufficientemente rappresentativo, è inaccettabile».

Entrando nel merito della questione, ovvero dei 2 milioni di euro per cui è ricorso allo 'scudo fiscale', Maggioli riconosce che «ci troviamo in una fase di cambiamento decisivo sul tema della legalità», ma «c'è chi, inca-



RISPETTO

«In passato non abbiamo mai delegittimato le altre istituzioni»

pace di autocritica, si limita a dare giudizi a prescindere. E allora è grave e sbagliato pensare di escludere dalla partecipazione alla cosa pubblica chi, rispettando una legge dello Stato, ha 'emendato' un comportamen-

Giusto o sbagliato chiedere le dimissioni di Maggioli?



www.ilrestodelcarlino.it/rimini

A sinistra Manlio Maggioli

to. Procedere in questo modo significa avere una visione manichea della realtà, porre una distinzione inaccettabile tra buoni e cattivi, alla quale non aderisco». E Maggioli non ci sta, facendo capire che anche chi l'ha criticato (vedi i rappresentanti delle associazioni di categoria) non può pensare che tra i propri iscritti non ci sia chi evade e chi ha 'scudato'. Ma il presidente della Camera di commercio ne ha anche per il sindaco Gnassi e il presidente della Provincia Vitali, tra i primi a chiedergli di dimettersi. «In questi anni la Camera ha interloquuto con le

istituzioni solo per rappresentare gli interessi e i bisogni delle imprese e non è mai intervenuta per metterne in discussione la legittimità di rappresentanza». E dei rappresentanti. Pare tra l'altro che Maggioli ce l'abbia con Gnassi e Vitali, usciti sui giornali senza aver annunciato prima al presidente la loro posizione. Per Maggioli «il rispetto dei ruoli è fonte continua di legittimazione, e la base fondamentale per una fattiva collaborazione nell'interesse di Rimini e dei riminesi. E di questo oggi più che mai si avverte la necessità». Secondo il presidente dunque le polemiche e il 'teatrino' nei suoi confronti non «hanno ragion d'essere». Ecco perché «in questa vicenda perde proprio chi interviene a ruota libera e non nei luoghi e nei modi opportuni, e ancora chi, pur esprimendo legittime opinioni, pensa di ricorrere a manifestazioni plateali contro una ponderata e tempestiva assunzione di responsabilità da parte del consiglio della Camera di commercio». Ma l'impressione è che, da questa vicenda, nessuno esca vincente.



BAMBINI Nella fiera modenese verrà presentato il nuovo catalogo delle strutture certificate **"In Famiglia" sbarca a Children's Tour** *Il marchio è gestito dal Cise della Camera di Commercio di Forlì-Cesena*

MODENA

Il nuovo catalogo delle Strutture certificate In Famiglia verrà presentato a Modena, nell'ambito di "Children's Tour", la fiera di riferimento nazionale per le vacanze under 14, nella quale si parla di viaggi per i più piccoli, di turismo formato famiglia e di turismo scolastico. All'interno della manifestazione, che avrà luogo da domani al 18 marzo, sarà allestito uno stand dedicato all'accoglienza garantita, nel quale i visitatori della manifestazione potranno ricevere da parte delle Strutture certificate, oltre al catalogo, le offerte turistiche, le informazioni e i gadget.

Il Marchio In Famiglia, nato dalla collaborazione tra Camera di Commercio di Forlì-Cesena, Associazioni di Categoria e Imprenditori, e gestito da CISE - Centro per l'Innovazione e lo Sviluppo Economico, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, ha lo scopo di valorizzare le strutture turistiche, attraverso la definizione e la promozio-

ne di elementi di qualità dell'offerta, con particolare riferimento ai servizi rivolti alle famiglie con bambini. Un accurato studio metodologico, mirato alla regolamentazione d'uso del Marchio, ne permette la fruibilità da parte di qualsiasi struttura ricettiva, sia della costa, sia dell'entroterra, secondo la classificazione: Mare, Natura, Cultura, Relax. Questa impostazione consente alle famiglie di scegliere le destinazioni e programmare le proprie vacanze in modo veloce e sicuro.

Attraverso l'Ente terzo di controllo, le famiglie con bambini hanno la garanzia che le caratteristiche dei servizi di ricettività delle Strutture turistiche che espongono il marchio In Famiglia, siano conformi ai relativi disciplinari. Il Marchio conferma il suo carattere di sistema aperto in quanto gli operatori turistici di qualsiasi tipologia di strut-

tura e di qualsiasi territorio che intendano qualificare i propri servizi turistici orientati alle famiglie con bambini, possano aderirvi. Ogni esercizio, sia della costa che dell'entroterra, può "garantire" le caratteristiche dei servizi rivolti alle Famiglie con Bambini, in coerenza con la propria vocazione turistica. Con l'obiettivo di diffondere a livello italiano questo valore aggiunto per le famiglie, è stata attivata una collaborazione con Afi, Associazione delle Famiglie, Confederazione Italiana, per la promozione dell'iniziativa. «La collaborazione con CISE e quindi la promozione di In Famiglia, Marchio di garanzia a favore delle famiglie, rappresenta un ulteriore tassello dell'impegno di AFI nella collaborazione con le Istituzioni per la promozione di città a misura di famiglia» dichiara il Presidente di AFI, Daniele Udali.



Pagina 30



REGGIO EMILIA

Ripartono oggi 15 marzo gli appuntamenti programmati dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia per sostenere le imprese nella valorizzazione di quel grande patrimonio intellettuale che connota la realtà reggiana e spesso non appare adeguatamente tutelato, ovvero le idee, i marchi, i brevetti e le invenzioni sui quali nel settore metalmeccanico, ad esempio, nel 2011 ha investito il 27% delle imprese.

Mentre prosegue l'attività dell'apposito sportello istituito per offrire consulenza alle aziende, giovedì 15 la Camera di Commercio propone dunque un seminario su "Finanziamenti bancari a fronte di marchi e brevetti - Valutazione economica degli stessi e loro inserimento in bilancio":

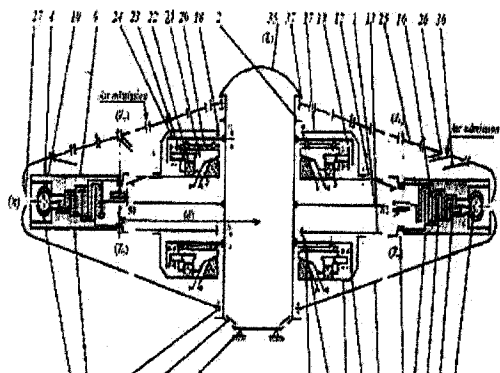
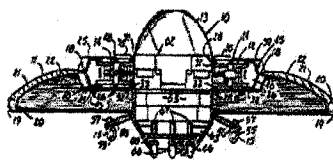
Verranno dunque af-

frontate, nel dettaglio, la posizione del sistema bancario italiano sul finanziamento a fronte di marchi e brevetti, la valutazione economica di un marchio e di un brevetto e le prassi più comuni per l'inserimento in bilancio degli stessi.

L'incontro si terrà alle ore 16,00 nella Sala Gras-

selli dell'Ente camerale in Piazza della Vittoria 3.

Ai lavori interverranno Matteo Ruozzi, responsabile del Servizio Segreteria Direzionale, Pianificazione e Controllo della Camera di Commercio, e Fabio Giambrocono della Giambrocono & C. S.p.a.



Marchi su cui scommettere

Brevetti e ingegno al servizio delle imprese





Comitato Organizzatore

"Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"
3^a edizione - 17 e 18 maggio 2012

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco".
 Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, sarà concessa ai concorrenti ed agli operatori.

Ai Concorso Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve della vendemmia 2010 o/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede o/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (D.O.C.G.);

b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (I.G.T.);

Categoria della categoria a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:

- * Rosso frizzante - tipologia secco o semisecco;
- * Rosso frizzante - tipologia amabile e dolce;
- * Rosso frizzante - tipologia secco o semisecco;
- * Rosso frizzante - tipologia amabile e dolce;

c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (D.O.C.G.);

I vini della categoria c) sono suddivisi in:

- * Bianco spumante - tipologia da Brut Nature a Dolce;
- * Rosso spumante - tipologia da Brut Nature a Dolce;
- * Rosso spumante - tipologia da Brut a Dolce;

I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a rotazione e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.
 Il metodo di valutazione utilizzato è quello "L'Anon International des Oenologues".

Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sul sito www.tc.comcom.gov.it
www.comconcolambrusco.it



Camera di Commercio
 Reggio Emilia



Aeroporto, Filetti scommette sul rilancio

«Abbiamo retto alla crisi e alle neviccate. Presto nuovi collegamenti»

SABRINA CAMONCHIA

«FINO a qui c'è stata una crescita eccezionale ma come sempre avviene dopo una grande corsa occorre fermarsi per prendere respiro». Bruno Filetti, presidente della Camera di commercio, ricorre a una metafora sportiva per commentare i dati di Assoaeroporti che a gennaio hanno fatto registrare al Marconi un calo di 34 mila viaggiatori pari all'8% in meno rispetto allo stesso periodo del 2011. Da socio di maggioranza dello scalo, Filetti commenta l'inevitabile frenata anche se è ottimista per il futuro: «Nuovi sviluppi sono in corso così come nuovi collegamenti che però al momento non posso annunciare perché sono giorni decisivi di trattative. Tutte azioni che dovrebbero concludersi entro l'estate ovvero proprio in quel momento dell'anno su cui dobbiamo puntare per attrarre il più alto numero di passeggeri». Le cifre parlano chiaro.



Dopo la sbornia degli anni scorsi che aveva visto il Marconi sempre più in crescita fino a sfiorare i 6 milioni di passeggeri l'anno (grazie all'operazione Ryanair da Forlì a Bologna), da novembre il trend negativo è evidente. «

Si — prosegue il numero uno di piazza della Mercanzia — abbiamo registrato delle pause passeggere che ci hanno fatto rallentare.

Del resto le condizioni economiche sono note a tutti. Ma oltre alla crisi che riguarda il mondo intero, abbiamo dovuto fare i conti con le neviccate dei mesi scorsi. Il Marconi ha retto bene e lo dico con orgoglio, ma mezza Europa si è fermata». Crisi e meteo, dunque. Ma è innegabile che qualche altro fattore è intervenuto. «Abbiamo avuto problemi con compagnie

PRESIDENTE
Bruno Filetti,
presidente
della Camera
di Commercio,
azionista di
maggioranza
della Sab

di bandiera come Meridiana che in tutto il paese ha tolto gran parte dei collegamenti e che per alcune destinazioni come Catania era per noi un punto di riferimento». O questioni geopolitiche che si riflettono sul traffico aereo come nel caso del Nord Africa: «Mentre in generale riteniamo di poter abbondantemente recuperare il terreno perso, forse su queste destinazioni non ce la faremo. Verso il Mar Rosso i nostri flussi turistici erano altissimi, ora, visti gli scenari di guerra, siamo inascerati».

Aspettando «gli esiti positivi dei prossimi mesi», di una cosa pare certo Filetti: «Noi abbiamo una componente low cost importantissima che io però ho sempre definito addizionale. Se altre compagnie così si aggregeranno ne saremo contenti, ma il nostro orientamento deve essere quello di puntare su quelle che una volta insediate non ci fanno sorprese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pagina 8



Maggioli contrattacca i suoi accusatori

IL CASO Il presidente della Camera di Commercio invoca il rispetto dei ruoli. "Perde chi interviene a ruota libera"

Dopo giorni di silenzio, Manlio Maggioli dà la sua versione dei fatti. Forte della fiducia incassata dal consiglio camerale del 12 marzo scorso, il presidente della Camera di Commercio replica ai tanti che sono intervenuti sulla sua vicenda, più o meno legati all'ente. Attacchi dall'interno e dall'esterno, per aver scudato due milioni di euro a San Marino, a cui vuole rispondere, pur senza fare nomi e cognomi. Questa volta è lui a chiedere un passo indietro a chi avrebbe dato giudizi nei tempi e nei modi sbagliati o a chi, come Rifondazione comunista, ha annunciato una mobilitazione contro il numero uno dell'ente. Maggioli invita a "valutare con più moderazione quello che è successo" nell'interesse "del territorio, delle imprese, dei lavoratori, che per la salvaguardia dell'autonomia delle istituzioni e per il rispetto delle persone che le rappresentano".

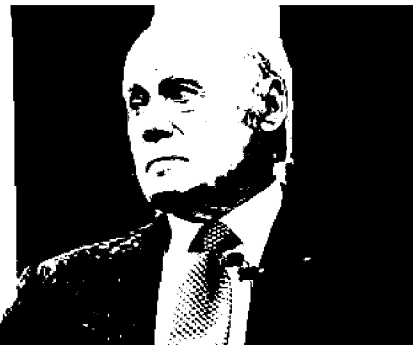
Maggioli parte da una questione di forma. "Sulla mia vicenda - scrive l'ottantenne presidente - si è espresso chiaramente il Consiglio Generale della Camera di Commercio, organo rappresentativo dell'economia del territorio: in primo luogo di tutte le associazioni di categoria e delle imprese, del mondo del credito, dei sindacati e dei consumatori. Questo è l'organo che mi ha eletto e al quale rendo conto della mia funzione di rappresentanza dell'Ente. Non tenerne conto e affermare, come qualcuno ha fatto, che il Consiglio non è sufficientemente rappresentativo, corrisponde ad un vulnus inaccettabile che mi costringe ad intervenire, mio malgrado. Ci sono infatti regole nel nostro ordinamento che presiedono alla rappresentanza delle imprese e noi le rispettiamo tutte. Sarebbe bene quindi che si mantenesse il senso delle proporzioni, senza dare adito ad ulteriori strumentalizzazioni".

Poi entra nel merito, parlando di legalità, tema sul quale "ci troviamo in una

fase di cambiamento decisivo": "di fronte a questo - prosegue - c'è chi assume un atteggiamento conseguente e chi, incapace di autocritica, si limita a dare giudizi a prescindere. E' grave e sbagliato pensare di escludere dalla partecipazione alla cosa pubblica chi, rispettando la Legge dello Stato, ha emendato un comportamento. Procedere in questo modo significa avere una visione manichea della realtà e muovere una distinzione inaccettabile tra buoni e cattivi, alla quale non aderisco: un pensiero che sono sicuro possa essere condiviso con buonsenso dall'opinione pubblica".

Poi un riferimento diretto agli enti pubblici, che speravano in un passo indietro di Maggioli. "In questi anni la Camera di Commercio ha interloquuto con le Istituzioni solo per rappresentare gli interessi e i bisogni delle imprese e non è mai intervenuta per metterne in di-

scussione la legittimità di rappresentanza. Proprio perché il rispetto dei ruoli è fonte continua di legittimazione e base fondamentale per una fattiva collaborazione nell'interesse della nostra comunità. E di questo oggi più che mai si avverte la necessità. Non ha quindi ragione d'essere il continuare ad assistere ad una rappresentazione un poco malinconica dove tanti possono dire tutto e commentare qualsiasi cosa, mentre per senso di responsabilità sarebbe opportuno guardare tutti all'interesse comune. In questa vicenda - conclude - perde infatti proprio chi interviene a ruota libera e non nei luoghi e nei modi opportuni, e chi, pur esprimendo legittime opinioni, pensa di ricorrere a manifestazioni plateali contro una ponderata e tempestiva assunzione di responsabilità da parte del Consiglio della Camera di Commercio".



Il presidente della Camera di Commercio Manlio Maggioli



Il presidente della Camera di Commercio Maggioli rompe il silenzio: "Basta strumentalizzazioni"

"Io, legittimato dal Consiglio"

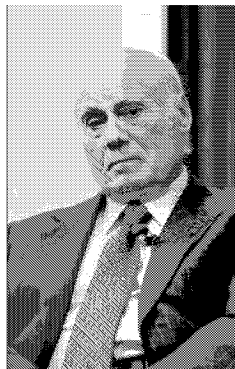
RIMINI - E adesso parla lui. Il presidente della Camera di Commercio Manlio Maggioli rompe il silenzio mantenuto nelle ultime settimane. Si affida ad una nota, il presidente, per dire la sua, "dopo diversi giorni di silenzio e dopo il Consiglio Camerale dello scorso 12 marzo". Quello che, con sole due eccezioni, ha rinnovato la fiducia all'imprenditore 81enne dopo le polemiche scoppiate per i capitali scudati. "Credo sarebbe opportuno per tutti valutare con più moderazione quello che è successo" esordisce Maggioli. Un invito alla moderazione, "utile sia per l'interesse del territorio, delle imprese, dei lavoratori, che per la salvaguardia dell'autonomia delle istituzioni e per il rispetto delle persone che le rappresentano".

La decisione del Consiglio è sovrana. "Sulla mia vicenda - continua - si è espresso chiaramente il Consiglio Generale della Camera di Commercio, organo rappresentativo dell'economia del territorio: in primo luogo di tutte le associazioni di categoria e delle imprese, del mondo del credito, dei sindacati e dei consumatori. Questo è l'organo che mi ha eletto e al quale rendo conto della mia

funzione di rappresentanza dell'Ente. Non tenerne conto e affermare, come qualcuno ha fatto, che il Consiglio non è sufficientemente rappresentativo, corrisponde ad un vulnus inaccettabile che mi costringe ad intervenire, mio malgrado".

Basta strumentalizzazioni. "Ci sono infatti regole nel nostro ordinamento che presiedono alla rappresentanza delle imprese e noi le rispettiamo tutte. Sarebbe bene quindi che si mantenesse il senso delle proporzioni, senza dare adito ad ulteriori strumentalizzazioni". **La legalità.** "Entrando nel merito della questione, ribadisco che ci troviamo in una fase di cambiamento decisivo sul tema della legalità: di fronte a questo c'è chi assume un atteggiamento conseguente e chi, incapace di autocritica, si limita a dare giudizi a prescindere". **Non ci sono buoni e cattivi.** "È grave e sbagliato pensare di escludere dalla partecipazione alla cosa pubblica chi, rispettando la Legge dello Stato, ha emendato un comportamento. Procedere in questo modo significa avere una visione manichea della realtà e muovere una distinzione inaccet-

tabile tra buoni e cattivi, alla quale non aderisco: un pensiero che sono sicuro possa essere condiviso con buonsenso dall'opinione pubblica". **Le Istituzioni non invadano terreni altrui.** "Rispetto all'Ente che presiede, affermo che in questi anni la Camera di Commercio ha interloquuto con le Istituzioni solo per rappresentare gli interessi e i bisogni delle imprese e non è mai intervenuta per metterne in discussione la legittimità di rappresentanza. Proprio perché il rispetto dei ruoli è fonte continua di legittimazione e base fondamentale per una fattiva collaborazione nell'interesse della nostra comunità. E di questo oggi più che mai si avverte la necessità". **Una rappresentazione un po' malinconica.** "Non ha quindi ragion d'essere il continuare ad assistere ad una rappresentazione un poco malinconica dove tanti possono dire tutto e commentare qualsiasi cosa, mentre per senso di responsabilità sarebbe opportuno guardare tutti all'interesse comune. In questa vicenda perde infatti proprio chi interviene a ruota libera e non nei luoghi e nei modi opportuni, e chi, pur esprimendo legittime opinioni, pensa di ricorrere a manifestazioni plateali contro una ponderata e tempestiva assunzione di responsabilità da parte del Consiglio della Camera di Commercio".



Pagina 11





**Concorso Enologico
"Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"
3ª edizione - 17 e 18 maggio 2012**

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco".

Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, farla conoscere ai consumatori ed agli operatori.

Ai Concorso Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve delle vendemmie 2010 e/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede e/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop);

b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (igt);

Ognuna delle categorie a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:

- Rosso frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosso frizzante - tipologia amabile e dolce;
- Rosato frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosato frizzante - tipologia amabile e dolce;

c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (Dop).

I Vini della categoria c) sono suddivisi in :

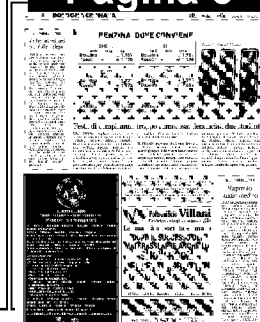
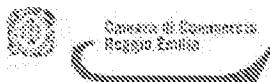
- Bianco spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosato spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosso spumante - tipologia da Brut a Dolce

I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a sorteggio e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.

Il metodo di valutazione utilizzato è quello "Union Internationale des Oenologues".

Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sui siti: www.re.camcom.gov.it; www.concorsolambrusco.it.





**Concorso Enologico
"Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"
3ª edizione - 17 e 18 maggio 2012**

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco".

Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, farla conoscere ai consumatori ed agli operatori.

Al Concorso Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve delle vendemmie 2010 e/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede e/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop);

b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (Igp);

Ognuna delle categorie a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:

- Rosso frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosso frizzante - tipologia amabile e dolce;
- Rosato frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosato frizzante - tipologia amabile e dolce;

c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (Dop).

I Vini della categoria c) sono suddivisi in :

- Bianco spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosato spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosso spumante - tipologia da Brut a Dolce

I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a sorteggio e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.

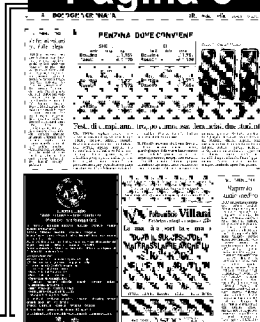
Il metodo di valutazione utilizzato è quello "Union Internationale des Oenologues".

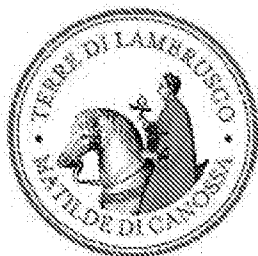
Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sui siti: www.re.camcom.gov.it; www.concorsoilambrusco.it.



Camera di Commercio
Reggio Emilia





**Concorso Enologico
"Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"
3ª edizione - 17 e 18 maggio 2012**

I prossimi 17 e 18 maggio si svolgerà a Reggio Emilia la terza edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco".

Il Concorso è promosso ed organizzato dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia.

Scopo dell'iniziativa è quello di evidenziare la miglior produzione di lambrusco, farla conoscere ai consumatori ed agli operatori.

Ai Concorso Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco sono ammessi i vini prodotti con prevalenza dei vitigni Lambrusco per almeno l'85% con uve delle vendemmie 2010 e/o 2011.

Possono partecipare al Concorso Aziende produttrici aventi sede e/o unità locali produttive in provincia di Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma.

Le categorie di selezione sono:

a) Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop);

b) Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (Igp);

Ognuna delle categorie a) e b) è articolata nei seguenti gruppi:

- Rosso frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosso frizzante - tipologia amabile e dolce;
- Rosato frizzante - tipologia secco e semisecco;
- Rosato frizzante - tipologia amabile e dolce;

c) Vini Lambrusco Spumanti (metodo classico e Charmat) a denominazione di origine controllata (Dop).

I Vini della categoria c) sono suddivisi in :

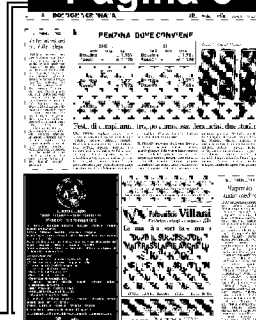
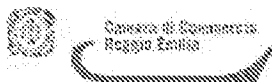
- Bianco spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosato spumante - tipologia da Brut nature a Dolce
- Rosso spumante - tipologia da Brut a Dolce

I campioni dei vini concorrenti saranno esaminati da varie commissioni formate a sorteggio e composte ognuna da 5 enologi, 1 sommelier e 1 giornalista.

Il metodo di valutazione utilizzato è quello "Union Internationale des Oenologues".

Il termine ultimo per la presentazione delle domande è il 3 maggio 2012.

La modulistica sarà disponibile a breve sui siti: www.re.camcom.gov.it; www.concorsolambrusco.it.



PER LE IMPRESE

Camera Commercio diventa sede del "Punto Uni"

È stato recentemente reso operativo il nuovo Punto di diffusione UNI (Ente Nazionale Italiano di Unificazione) presso la Camera di Commercio di Modena. Nella sede di via Ganaceto gli imprenditori possono ricevere informazioni sulle norme della serie ISO, EN e UNI in tutti i settori. I servizi disponibili vanno dalla diffusione di informazioni sulla normazione tecnica riguardante la qualità, l'ambiente, la sicurezza e le marcature CE, all'acquisto di norme a prezzo scontato; dalla consultazione gratuita dei testi integrali delle norme UNI tramite archivi elettronici (dal lunedì al venerdì, ore 9-13 e 15-17) all'offerta di seminari e corsi.

Questa mattina alle 11.30 alla sala convegni di ModenaFiere in viale Virgilio 70/90, è stato organizzato il primo seminario gratuito dal titolo "Sicurezza e progettazione delle aree gioco all'aperto: la normativa tecnica".

Pagina 11



Infrastrutture e alleanze per rilanciare l'Appennino

Montecreto. Sindaci, operatori economici e associazioni sono d'accordo
«Accelerare investimenti e una sola regia per la promozione del territorio»

di **Francesco Seghedoni**

MONTECRETO

La stagione turistica invernale sull'appennino volge lentamente al termine. Anche se non è ancora tempo di bilanci, la flessione subita del comparto con punte di -50% di presenze sulle piste nel periodo natalizio è conclamata. A impianti chiusi si vedrà se e quanto è stato recuperato nel mese di febbraio. Intanto però la Cna ha organizzato un convegno a Montecreto per analizzare i problemi che sconta oggi il turismo montano e per avanzare proposte per il futuro. «L'iniziativa nasce dalla convinzione che il prodotto neve non ha saputo adeguarsi ai tempi: spiega il presidente dell'associazione per la zona montana Ermanno Brusiani - convinzione che è stata purtroppo confermata nel corso di questo strano inverno. Confrontarsi oggi per condividere un percorso comune che consenta all'appennino di essere appetibile e adatto ai nuovi stili di vita e di consumo è per noi una priorità». A confrontarsi con



Turisti e sciatori a Passo del Lupo, cuore del comprensorio del Cimone

Cna sono arrivati una cinquantina di operatori economici e molti rappresentanti delle istituzioni: il segretario della Camera di Commercio Stefano Bellei, la presidente della Comunità montana del Frignano Luciana Serri, il direttore del Consorzio del Cimone Luigi Quattrini, l'assessore provinciale al turismo Mario Galli, il presidente di Valli del Cimone

Daniele Sargenti «Ci sono certamente anche responsabilità degli operatori che devono contribuire a migliorare l'offerta in termini di qualità della ricezione e di maggior flessibilità negli orari di apertura degli esercizi commerciali - dice Brusiani - ma questa consapevolezza deve essere maturata anche dalle istituzioni: sono disposti i sindaci a concentrare

alcuni investimenti in impiantistica e servizi, ad esempio un centro nuoto con area benessere, un collegamento sciistico con l'Abetone e un sistema unico di prenotazioni, anche se non sono localizzati sul loro territorio comunale?». Sulla questione della regia unica riferita alla promozione e sulla necessità di fare massa critica interviene Lorenzo Lugli, sindaco di Fanano: «È finito il tempo delle singole iniziative. È indispensabile condividere progetti di area di altissimo livello, capaci di attrarre migliaia di visitatori. Occorrono però una strategia ed una progettualità comuni, per poter essere ascoltati da Regione e Unione europea e ottenere i finanziamenti». Il sindaco di Montecreto Maurizio Cadegiani lamenta l'inadeguatezza delle infrastrutture stradali per arrivare al Cimone soprattutto dalla Toscana: «Non sono contrario alla cabina di regia per la promozione - ha aggiunto - ma se devo aggregarmi con comuni che hanno altre legittime priorità rispetto al turismo allora non ci sto».



IL RISORGIMENTO

A conclusione delle celebrazioni per il 150° anniversario dell'unità d'Italia domani e domenica "Risorgimentour": visite guidate gratuite lungo luoghi del Risorgimento modenese con partenza dalla mostra "Eroiche visioni" allestita al Museo Civico, per raggiungere il patibolo di **Ciro Menotti** alla cittadella, poi le lapidi sulla facciata dell'Accademia Militare, il monumento a **Ciro Menotti**, le carceri all'ultimo piano del Municipio e la mostra dedicata a **Garibaldi** allestita alla Camera di Commercio. L'iniziativa che si terrà nel fine settimana in tutta l'Emilia Romagna è promossa dall'Istituto storico, dal Museo Civico di Modena diretto da **Francesca Piccinini**, dall'Istituto di Storia del Risorgimento - comitato di Modena presieduto da **Giorgio Montecchi**. Domani

le visite guidate gratuite si terranno dalle 15 in poi e domenica alle 10, 11, 15 e 17 dietro prenotazione obbligatoria al numero 0592033125. Alle 16 il "Risorgimentour" sarà effettuato in autobus lungo un percorso più ampio con accompagnamento di musiche risorgimentali. Guide d'eccezione per l'iniziativa saranno **Giancarlo Benatti**, socio dell'Istituto di Storia del Risorgimento, **Francesca Piccinini** e **Lorenzo Lorenzini** curatore della mostra "Eroiche visioni" allestita a Palazzo dei Musei visitata da più di 700 persone dal 17 dicembre, giorno dell'inaugurazione. Alla fine dei percorsi guidati sarà distribuita a tutti i partecipanti la mappa "Tracce di Risorgimento in Emilia Romagna".

Giulia Manzini



Biagi, dopo dieci anni la lezione è ancora attuale

Un premio del Carlino in ricordo del giuslavorista ucciso dalle Br. Oggi la consegna

PREMI alla solidarietà nel nome di Marco Biagi. Oggi, nella sede bolognese del Resto del Carlino, nell'aula intitolata al giuslavorista ucciso dalle Br, si terrà la cerimonia conclusiva del sesto Premio Marco Biagi — il Resto del Carlino per la solidarietà sociale 2012. Una ricorrenza particolare, dato che la premiazione avviene pochi giorni prima della ricorrenza del decennale della morte del professore, assassinato mentre rientrava a casa il 19 marzo del 2002.

SONO previsti l'intervento del ministro del Lavoro e delle politiche sociali Elsa Fornero, i saluti del ministro dell'Interno Annamaria Cancellieri, del ministro per gli Affari regionali Piero Gnudi, di Maurizio Sacconi (ex ministro del Lavoro) e il discorso commemorativo di Carlo Magri, amico di Marco Biagi e assessore al Lavoro del Comune di Milano dal 1997 al 2006. Tra le alte cariche, saranno presenti anche il presidente della Regione Vasco Errani, il sindaco di Bologna Virginio Merola, il rettore dell'Università di Bologna Ivano Dionigi e il presidente della Camera di commercio di Ravenna Gianfranco Bessi.



LA TRISTE RICORRENZA

La cerimonia a pochi giorni dal decennale della morte

RAVENNA SARÀ PRESENTE Le associazioni della nostra provincia partecipano per la seconda volta

Il premio Marco Biagi si fregia dell'Alto patronato del presidente della Repubblica.

Ravenna partecipa al premio per la seconda volta; anche quest'anno le associazioni della nostra provincia hanno avanzato le proprie candidature alla giuria presieduta da Pierluigi Visci, direttore edito-

riale del gruppo Poligrafici editoriale spa. L'anno scorso le associazioni ravennati premiate erano state L'Arcobaleno onlus (inserita nella terna vincitrice, con un premio di 10 mila euro) e Linea rosa (premio speciale di cinquemila euro).

IN SEI anni, il Resto del Carlino ha elargito 287 mila euro a favore di quanti operano sul territorio per aiutare il prossimo, e in particolare alle associazioni che si adoperano per l'assistenza di persone



e categorie svantaggiate, con particolare attenzione ai giovani, alla loro formazione e al loro avviamento al lavoro. Questo è stato ritenuto il modo migliore per onorare la memoria del giuslavorista e servitore dello Stato, vittima della follia omicida del terrorismo. Per l'edizione 2012 — allargata a tutte le province emiliano-romagnole in cui è presente il Carlino — sono arrivate 169 richieste di partecipazione da parte di altrettante associazioni di volontariato. La giuria ha assegnato 39 premi per un valore complessivo di 75 mila euro.

QUEST'ANNO il Premio Marco Biagi ospita anche una sezione, coordinata da Confindustria Emilia Romagna, dedicata alle imprese manifatturiere emiliano-romagnole che si sono distinte nella creazione di lavoro giovanile. Durante la cerimonia di oggi, verranno consegnate quattro targhe alle aziende selezionate dalla giuria di Confindustria. Una giuria composta dal vicepresidente di Confindustria Emilia-Romagna Paolo Maggioli, dal presidente regionale dei giovani imprenditori Giorgia Iasoni e dal past president di Unindustria Bologna Maurizio Marchesini.

LA MEMORIA

Giornata

Oggi, nella sede bolognese del nostro giornale si terrà la cerimonia conclusiva del sesto Premio Marco Biagi — il Resto del Carlino per la solidarietà sociale 2012



Gli interventi

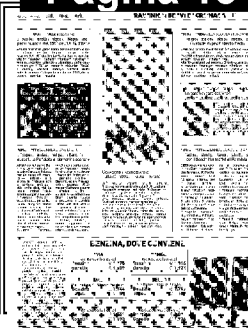
Tra gli altri l'intervento del ministro del Lavoro Elsa Fornero, i saluti del ministro dell'Interno Annamaria Cancellieri, del ministro per gli Affari regionali Piero Gnudi e di Maurizio Sacconi



CAMERA DI COMMERCIO IN ROSA
Neo imprenditrici: un progetto
finanziato dalla Comunità europea



EUROSPORTELLO-Camera di commercio di Ravenna, nell'ambito del progetto co-finanziato dalla Commissione europea lancia un invito a presentare candidature per la selezione di 4 neo-imprenditrici in Emilia Romagna entro le 12 del 23 marzo (euroinfo@ra.camcom.it).



Sviluppo. Per chi si affaccia sui mercati esteri

Dalle Cdc 20 milioni alle piccole aziende

Le Camere di commercio mettono a disposizione 20 milioni di euro da far confluire in una nuova sezione del Fondo Centrale di Garanzia per le Pmi del ministero dello Sviluppo economico dedicata alle piccole e medie imprese che decidono di affacciarsi sui mercati internazionali.

L'iniziativa, in risposta alla stretta creditizia che sta mettendo in gravi difficoltà le piccole e medie imprese italiane, è stata presentata ieri a Napoli in occasione del primo laboratorio del credito ed è stata promossa dal Consorzio camerale per il credito e la finanza. I fondi saranno raccolti dalle Camere di commercio più attive nell'internazionalizzazione delle imprese.

EFFETTO LEVA

La stanziamento consentirà attraverso il Fondo di garanzia di attivare finanziamenti bancari per circa un miliardo

CREDITO

Bnl in campo per sostenere l'agricoltura

Un plafond di un miliardo di euro per tutte le aziende agricole associate alla Confagricoltura: lo mette a disposizione la Bnl con l'obiettivo di migliorare la capacità produttiva, l'efficienza e la competitività delle imprese. L'offerta prevede finanziamenti a breve per investimenti nel ciclo produttivo; mutui per opere di miglioramento o per ripianare passività onerose; leasing; finanziamenti per impianti fotovoltaici o per l'attività di import-export.

L'intervento del sistema camerale è resa possibile dal recente decreto ministeriale firmato dal presidente Mario Monti e dal ministro dello Sviluppo economico, Corrado Passera, che permette alle Regioni ed ad altri enti (Camere di Commercio, Sace, Cdp) di cofinanziare il Fondo di Garanzia per aumentarne l'impatto sui territori e su settori particolarmente sensibili o strategici.

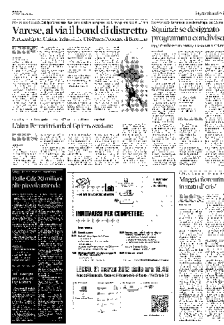
Rifinanziato dal decreto Salva Italia con ulteriori 400 milioni annui per il prossimo triennio, il Fondo di garanzia è uno strumento di supporto per le piccole e medie imprese in tema di accesso al credito. Nel 2011, secondo i dati del comitato di gestione, le operazioni ammesse sono state più di 55.200, in crescita del 10% rispetto all'anno prima, per un volume di finanziamenti concessi da istituti finanziari di 8,4 miliardi, (-7,7 per cento).

I 20 milioni messi a disposizione dalle Camere di commercio - afferma una nota - consentono attraverso il Fondo e i Confidi di attivare finanziamenti bancari per circa un miliardo di euro, facilitando l'accesso al credito per le imprese impegnate sui mercati internazionali.

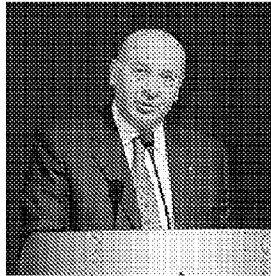
«La stretta creditizia - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano e presidente del Consorzio camerale per il credito e la finanza - è diventata una emergenza per le piccole e medie imprese e di conseguenza per l'economia italiana entrata in recessione. È urgente, dunque, ridare ossigeno al sistema imprenditoriale per ritornare a vedere la luce della crescita. Proprio per questo - ha spiegato ricorda Sangalli - abbiamo deciso di realizzare questa raccolta fondi che sottolinea la nostra capacità di fare rete».

Gi.Ch.

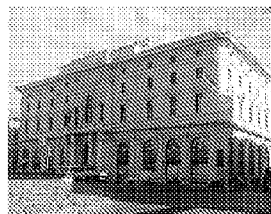
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nel bando 2012 un milione dalla Camera di Commercio



Carlo Alberto Roncarati



La Camera di Commercio

Un milione di euro, a tanto ammonta lo sforzo finanziario messo in gioco per il 2012 dalla Giunta della Camera di Commercio.

Il bando tocca tutti i settori economici (agricoltura, artigianato, commercio, cooperazione, industria e turismo) e, proprio alla luce del difficile momento congiunturale, propone straordinarie opportunità per le imprese, che potranno presentare la domanda di contributo per operazioni di finanziamento relative, tra l'altro, all'acquisto, costruzione, rinnovo, trasformazione ed ampliamento dei locali adibiti all'esercizio delle attività d'impresa; al consolidamento del debito; all'acquisto di macchinari, attrezzature e arredi attinenti alla attività svolta; all'acquisto di attrezzature e di programmi informatici; alla introduzione di sistemi di certificazione aziendale (qualità, ambiente, etica ecc.) e di prodotto; alla implementazione di programmi di ricerca applicata ai prodotti e/o ai processi produttivi ed agli investimenti tecnologici per la salvaguardia ambientale (compresi gli interventi di risanamento ambientale di immobili e fabbricati).

Ma il milione di euro è solo un primo passo: altre misure sono infatti già state varate dalla Camera di Commercio sia per il sostegno finanziario alle imprese in difficoltà, sia per sostenere iniziative rivolte a quanti, in particolare giovani, hanno intenzione di avviare una nuova impresa.

I bandi e i moduli per la presentazione delle domande sono scaricabili dal sito della Camera di Commercio di Ferrara www.fe.camcom.it.

Per maggiori informazioni è possibile rivolgersi all'ufficio Marketing del territorio, innovazione e qualità (tel. 0532/783.813-820).

Difficoltà per le imprese nell'accesso al credito

Il credito è sempre più difficile da ottenere per le imprese, in particolare per quelle a medio e piccolo giro d'affari. Le banche sono sempre più selettive e chiedono garanzie sempre più pesanti. I finanziatori privati sono sempre più diffidenti. Le imprese che non riescono a ottenere credito si trovano in una situazione di estrema difficoltà. In molti casi, le imprese sono costrette a cercare alternative, come il crowdfunding o il finanziamento peer-to-peer. Tuttavia, queste alternative sono ancora poco diffuse e presentano rischi significativi. Le imprese che non riescono a ottenere credito si trovano in una situazione di estrema difficoltà. In molti casi, le imprese sono costrette a cercare alternative, come il crowdfunding o il finanziamento peer-to-peer. Tuttavia, queste alternative sono ancora poco diffuse e presentano rischi significativi.

Risarcimenti auto e liti condominiali Arriva il mediatore

Dal 20 marzo per le due materie conciliazione obbligatoria
Accordi raggiunti anche grazie a sanzioni 'alternative'

Qualcuno ha deciso di 'conciliare' anche in maniera creativa. Negli uffici della Camera di commercio di Ferrara, uno dei soggetti abilitati a svolgere la cosiddetta mediazione obbligatoria, fanno qualche esempio: una impresa e un consulente in lite per una parcella ritenuta esosa «si sono accordati per versare la somma dovuta a favore di un'associazione no profit». Ma c'è anche chi ha accettato di farsi rimborsare la bolletta telefonica contestata con una ricarica su carta Sim o con la consegna di telefoni cellulari. Qualcuno (ma non è successo a Ferrara) ha ricevuto dal fotografo la promessa di uno sconto su prestazioni future «dopo un lavoro ritenuto non soddisfacente». Casi che fuoriescono dall'ordinario, destinati però a moltiplicarsi nei prossimi mesi. Dal 20 marzo del 2012 infatti saranno incluse nella conciliazione obbligatoria altre due materie che per il loro 'peso' avranno un impatto im-



Ecco le materie dei contenziosi

Il 21 marzo 2011 è entrata in vigore la conciliazione obbligatoria per 11 delle 13 materie previste dal Decreto Legislativo n. 28 del 4 marzo 2010. Si tratta di diritti reali; divisione; successione ereditaria; patti di famiglia; locazione; comodato; affitto di aziende; risarcimento danni derivanti da responsabilità medica o da stampa o da altro mezzo di pubblicità; contratti assicurativi; contratti bancari; contratti finanziari. Per altre due materie (condomini e d rc auto) nuova procedura in vigore dal 20 marzo 2012.

portante sul sistema-Giustizia: le controversie condominiali e la responsabilità civile auto. Due ambiti ad alta litigiosità che oggi gravano sull'attività

del tribunale e del giudice di pace. Chi aprirà una contesa coi vicini o con una compagnia di assicurazione per un incidente fra pochi giorni dovrà obbligatoriamente rivolgersi ad uno degli organismi autorizzati a svolgere la mediazione obbligatoria. A Ferrara ne risultano attivi sei con sede principale a Ferrara, come riporta il sito del ministero della Giustizia: Servizio di Conciliazione della Camera di commercio di Ferrara, Pronticonciliare Srl, Società Eco Studio srl, Organismo di conciliazione Cittadino e Salute, Società Ente Mediatore Srl, Camera Arbitrale e di Mediazione della Fondazione dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Bologna. La Camera di commercio raccoglie periodicamente dati sulla diffusione della nuova procedura. In Italia sono circa 40mila i mediatori arrolati dai 782 enti di mediazione e 259 di formazione. Per iscriversi al ruolo bisogna frequentare un corso di 52 ore ed è



La Camera di commercio ha un ufficio di mediazione

sufficiente essere laureati - compreso il titolo triennale - o iscritti ad un ordine professionale. A livello nazionale si stima che i contenziosi nei condomini e sui risarcimenti per i sinistri stradali producano una mole di 320mila cause l'anno.

Intanto, nel 2011 le contese mediate a Ferrara dalla Camera di commercio sono quasi triplicate rispetto al 2010 (da 128, quando la mediazione era ancora facoltativa, a 350). A far lavorare i mediatori conciliatori sono in particolare alcune voci: recupero fatture insolite, mancato pagamento di prestazioni professionali, inadempimenti contrattuali e fornitura di servizi (una pratica su tre) oltre ai diritti reali (19%). Dalla prossima settimana questo volume di attività è destinato a crescere. I valori contesi - sempre stando ai dati della Camera di commercio - si collocano in particolare tra 1000 e 5mila euro (76), tra 5mila e 10mila (66) e tra 25mila e 50mila (82). Una buona quota

delle azioni legali da conciliare (135 su 350) sono state aperte su base volontaria. Valutando l'attività svolta, la Camera di commercio ha calcolato che «la probabilità di raggiungere un accordo, una volta attivata la procedura, varia dal 70 al 90%, una percentuale che comprende anche i casi di conciliazione avvenuti 'fuori udienza', perché le parti - una volta che l'azione è partita - in qualche caso negoziano direttamente fra di loro. In genere «in meno di due mesi - assicura la Camera di commercio - la soluzione si trova per la metà dei casi». La legge fissa una scadenza per la conclusione dell'iter: 4 mesi.

Soddisfatto il commento del presidente della Camera di commercio, Carlo Alberto Roncarati: «La mediazione civile e commerciale - dice - rappresenta un'occasione importante per restituire efficienza e risorse alla giustizia civile e tutelare gli interessi del mercato».

Gioele Caccia



SCAMBIO Con la Camera di Commercio**“Africa open for business”****Il progetto prende piede****MODENA**

Continua il progetto “Africa open for business” ideato da Italy Empowering Agency, l’Azienda Speciale della Camera di Commercio di Modena: dopo il seminario dello scorso 12 dicembre sui Paesi dell’Africa Sub-sahariana organizzato in collaborazione con il Sole 24 Ore e con il supporto del Ministero degli Affari Esteri sulle prospettive economiche del continente, l’Azienda Speciale, su invito dell’ICE, ha partecipato a degli incontri istituzionali in occasione alla XVI edizione della Addis Chamber International Trade Fair dal 23 al 25 febbraio, la principale manifestazione fieristica del Paese e del Corno d’Africa, con l’intento di stringere accordi che favoriscano il business tra le azien-

de regionali e l’Etiopia. Il risultato delle due iniziative è una giornata di incontri one-to-one tra le aziende emiliano-romagnole e le ambasciate di Etiopia, Angola, Ghana e Mozambico pianificate per il prossimo 29 marzo. Il meeting, strutturato sulla base di un’agenda di appuntamenti, costituirà un’occasione per le imprese emiliano-romagnole per approfondire la conoscenza dei mercati di interesse e ricevere informazioni e orientamento personalizzato in base alle esigenze e al settore di riferimento.

La tappa successiva del progetto “Africa open for business” si concretizzerà nell’organizzazione di una missione

imprenditoriale in Etiopia, da realizzare in maggio in collaborazione con l’Ambasciata d’Etiopia in Italia. La missione intende supportare le aziende nell’inserimento nel mercato etiope e nell’ampliamento della rete di contatti con gli attori locali, attraverso una partecipazione diretta delle imprese. Grazie alle collaborazioni avviate con la business community etiope, e i contatti con l’Addis Chamber of Commerce, l’Addis Investment Agency e i Ministeri saranno previste delle visite istituzionali con le associazioni di categoria locali e le istituzioni politiche al fine di sviluppare progetti di cooperazione tra l’Italia e l’Etiopia.

Pagina 30**Consulenze in Regione, la Lega attacca**

L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

La Lega attacca le consulenze in Regione. L'opposizione chiede scuse per i sondaggi della Camera di Commercio. I sondaggi della Camera di Commercio di Modena sono stati criticati per la mancanza di trasparenza e per la mancanza di dati comparabili.

Il 43% delle imprese vede nero

SONDAGGIO UNIONCAMERE

Per il 2012 solo l'8,1%
delle aziende si aspetta
un aumento di fatturato
Nel 2011 solo due su dieci
hanno chiuso in attivo

Le imprese sono in crisi, ma a Ravenna stanno meglio che nel resto della regione. Emerge questo dall'indagine sull'accesso al credito condotta da Unioncamere e istituto Tagliacarne. La tenuta del territorio ravennate si legge nel 22% di imprese intervistate, che registrano, nel corso del 2011, un aumento del volume d'affari (20,6% a livello regionale) mentre la quota di imprese che hanno subito una riduzione del proprio fatturato (37,3%) è inferiore di 4 punti percentuali a quella dell'Emilia-Romagna. Malgrado questo, le previsioni non sono rosee: i dati rivelano che per il 2012 è l'8,1% delle imprese che si aspetta un aumento di fatturato, mentre il 42,6% prevede una contrazione delle entrate. Le scelte finanziarie delle imprese della zona sono in linea con il profilo medio regionale: il 58% delle imprese ricorre all'autofinanziamento, seguito dai finanziamenti bancari (55,3%). Poco inferiore alla media regionale è il ricorso a leasing/factoring (12,7%) mentre più diffuso è il venture capital (0,7%). Il 74,5% degli intervistati

dichiara di avere relazioni di affidamento in essere con il sistema creditizio, percentuale inferiore di 2 punti percentuali rispetto alla quota emiliano romagnola (76,5%). La stragrande maggioranza delle risorse finanziarie concesse alle imprese in provincia di Ravenna nel 2011 è stata per la gestione corrente, mentre appena il 12,4% delle imprese intervistate ha utilizzato il credito ban-

cario per avviare progetti di investimento, a fronte di una media regionale del 14,3%. Rispetto alle altre province, quella di Ravenna ha registrato la maggiore stabilità nella domanda di credito attivata dalle imprese locali (79,3%). È comunque presente una quota di imprese, pari al 17,1%, che nel corso del 2011 ha visto aumentare la propria richiesta di finanziamenti. A delineare un at-

teggiamento positivo da parte degli istituti di credito nei confronti delle imprese operanti in provincia di Ravenna, contribuisce anche il dato relativo alle richieste di rientro, ricevute da appena il 7,3% delle imprese intervistate (a fronte di una media regionale pari all'11,1%).

Il rapporto completo è disponibile sul sito della Camera di Commercio: www.ra.camcom.it.



*Il capo della Protezione civile
gela le aspettative
facendo capire che non ci sono soldi*

IL NEVONE

*Il manifatturiero settore più colpito
Poi commercio e turismo
servizi e, infine, costruzioni*

Alle imprese danni per settanta milioni

*Il calcolo non comprende il settore agricolo
Il 72,01% determinato da perdite della produzione*

CESENA. Completate le elaborazioni delle quasi 1.300 schede di rilevazione dei danni alle imprese causati dalle nevicate. E' escluso il settore agricolo, in quanto interessato da una rilevazione specifica a cura della Provincia.

In base alle dichiarazioni delle 1.296 imprese, i danni ammontano a 70.208.118 euro. Sono importi dichiarati dalle imprese che hanno risposto al questionario. «La rilevazione - precisa la Camera di commercio - pertanto non può considerarsi esaustiva rispetto all'entità complessiva dei danni subiti dal territorio».

I danni sono così suddivisi: strutture 14.758.691,00 (21,02%); perdite alla produzione e al fatturato 50.558.320 (72,01%); oneri aggiuntivi legati all'agibilità e accessibilità delle strutture: euro 3.608.178 (5,14%); altre tipologie residuali 1.282.929,00 (1,83%).

Degli oltre 70 milioni

totali, il 48% sono stati lamentati dal settore manifatturiero (297 imprese), il 30% dal commercio e turismo (563 imprese), il 12% dai servizi (242 imprese) ed il 7% dalle costruzioni (132 imprese).

Il 34% dei danni è stato segnalato da imprese con sede o unità locale nel comune di Forlì, il 24% di Cesena.

Delle 1.296 imprese che hanno presentato la scheda, 519 sono artigiani ed hanno segnalato danni complessivi per 14.093.934. Sono invece 47 le imprese coop che hanno segnalato danni complessivi per 15.860.807.

Nell'ambito delle azioni direttamente attivate dalla giunta camerale, è stata approvata l'inseri-

mento, tra le categorie di spesa ammissibili a contribuzione, di tutte le tipologie di spese legate alle operazioni di riparazione e ripristino delle sedi produttive, commerciali, artigianali, etc. Ciò significa che i finanziamenti garantiti dalle coo-

perative di garanzia che le imprese accenderanno per coprire le riparazioni potranno beneficiare - oltre che della garanzia dei confidi, fino al 50% - anche di un abbattimento del costo del denaro per i primi 60 mesi fino a due punti, elevabili a tre

per imprese femminili, giovanili o neocostituite.

«I risultati emersi - dice Alberto Zambianchi, presidente della Camera di Commercio di Forlì-Cesena - ci spingono a rafforzare il livello di attenzione riguardo alle provvidenze che possono giungere da Roma e da Bologna; come pure a livello territoriale auspichiamo che siano accolte le nostre richieste di posticipare pagamenti e scadenze».

Sui fondi però non arrivano buone notizie. Ieri il capo della Protezione Civile Franco Gabrielli, a Reggio Emilia ha gelato tutti precisando che «le vacche non sono magre, sono anoressiche. Ci sono alluvioni che dopo un anno non hanno ricevuto nemmeno un euro, questo deve far capire che la ricreazione è finita». Gabrielli sarà a Forlì la mattina del 23 marzo, dove al centro unico di Protezione Civile di via Cadore relazionerà sull'argomento.

Pagina 11



Fedeltà al Lavoro Oggi alla Fiera la consegna dei riconoscimenti

Stamattina dalle 10 nella sala congressi di Ferrara Fiere saranno consegnati i riconoscimenti alla «Fedeltà al Lavoro»: il premio della Camera di Commercio risale al 1950 e vedrà quest'anno ben 134 riconoscimenti, tra i quali sei premi speciali attribuiti a lavoratori e imprenditori che hanno ottenuto risultati particolarmente brillanti.





Noi ferraresi

di ERICA ZAMBONELLI

«Innovazione, serve un sito»

Galleria Matteotti 11

Caro Carlino, mi rivolgo al presidente Carlo Alberto Roncarati: ho letto sul Carlino con molto interesse della tua iniziativa sull'innovazione. Tu sai che ricerca e innovazione sono state la mia principale (e sola) attività professionale e quindi da questa esperienza mi permetto di sottoporerti un suggerimento. Ricerca ed sviluppo di tecnologie, prodotti, ecc possono avere successo ad una sola condizione, vale a dire che abbiano per oggetto un problema da risolvere, ma un problema vero non autogenerato dallo stesso ricercatore: per problema vero quindi intendo un problema la cui soluzione porti un reale e tangibile vantaggio a chi l'ha posto.

I miei modesti successi sono stati determinati dall'incontro fortuito con persone, imprese, enti che mi hanno regalato un problema da risolvere: allora tutto il potenziale inventivo del gruppo si accende e non si pensa che a quello scambiandosi idee con la convinzione di lavorare per qualcosa che vale in tutti i sensi. Inizialmente la mia preoccupazione era di lavorare su di una soluzione già trovata da qualcun altro ma a noi ignota: per questo ci collegammo con un terminale alla banca dati della Agenzia Spaziale Europea (Internet non era ancora nata) da cui abbiamo potuto estrarre lo stato dell'arte delle tecnologie a cui stavamo lavorando.

Attualmente se si vuole aver successo, ci vuole qualcuno che suggerisca il problema: il privato è difficile che lo faccia pubblicamente perché si tratta di rivelare alla concorrenza la direzione industriale presa dall'azienda.

Il problema non dovrebbe esistere invece per gli Enti pubblici che a incominciare dalle Municipalizzate, dai Comuni, dalle Provincie per finire alle Regioni possono mantenere in vita un sito web su cui elencare e descrivere i problemi la cui soluzione è vivamente desiderata o almeno auspicabile. Ovviamente la possibilità di suggerire soluzioni, secondo la mia esperienza vissuta, è di tutti, giovani compresi, studi professionali, aziende e Università. Non mi faccio illusioni, conoscendo il mondo, che spontaneamente i vari tecnici pubblici (a parte qualche lodevole eccezione) si prendano la briga di nutrire il sito web di cui sopra: quindi il buon Corrado Passera dovrebbe rendere obbligatorio la creazione e la manutenzione del sito che potrebbe e dovrebbe essere a carattere nazionale.

Arturo Colamussi

— — —
Per mia esperienza, questo genere di iniziative fanno fatica non tanto a partire, ma a continuare ad essere alimentate se si basano sulla coercizione. Ma sarebbe comunque un buon punto di partenza.

Le lettere (max 15 righe) vanno indirizzate a

il Resto del Carlino

Galleria Matteotti 11 - Ferrara

Tel. 0532 / 590111 - Fax 0532 / 590117

@ E-mail:

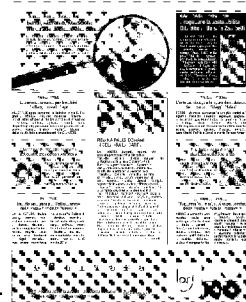
cronaca.ferrara@ilcarlino.net



CAMERA DI COMMERCIO

Progettare la sostenibilità Dibattito nella sala Zambelli

NELL'AMBITO della campagna europea 'Un anno contro lo spreco', la Fondazione Cassa dei Risparmi ha promosso un incontro (dalle 9,45) sulla possibilità di 'Progettare per Forlì la sostenibilità'. All'incontro, sala Zambelli della Camera di Commercio, intervengono il presidente Pier Giuseppe Dolcini (foto), Massimo Cirri, Andrea Segrè e Andrea Masullo. Ingresso libero.





Sabato e Domenica
potrete gustare
il Tortellino Tradizionale di Castelfranco Emilia
tirato con il mattarello e confezionato a mano:
e anche il sabato
a pranzo e a cena la domenica
in locale riscaldato.

la SanNicola MOTORI & SAPORI

Miti e Leggende della Nostra Terra...

16 - 17 - 18 **Marzo 2012**

Programma

Sabato 17 Marzo 2012 - ore 14,00
Inizio iscrizioni **11° autoraduno.**
(riservato alle Auto costruite tra la Ghirlandina e le Due Torri)

Piazza della Vittoria - dalle ore 15,00 alle 18,30
Potrai provare la **Lamborghini Gallardo Superleggera LP 570-4.**
(vedi regolamento)



Piazza A. Moro - ore 15,00
Mostra statica vespe ed altro.
(a cura del Vespa Club castelfranco Emilia)

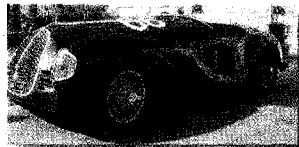
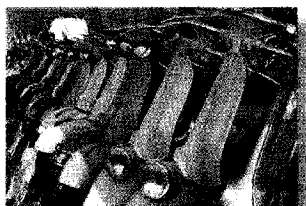
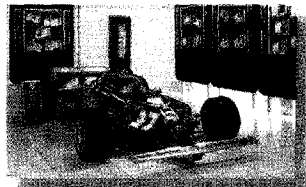
Domenica 18 Marzo 2012 - ore 8,30
Piazza della Vittoria
iscrizione 11° Autoraduno.
(riservato alle Auto costruite tra la Ghirlandina e le Due Torri)

Corso Martiri - ore 8,30
14° Raduno Nazionale di primavera per moto d'epoca
13° Mostra Scambio di ricambi auto, moto e cicli d'epoca.
(organizzato dal Moto Club U.I.S.P. Castelfranco Emilia)

Esposizione Concessionarie Auto.

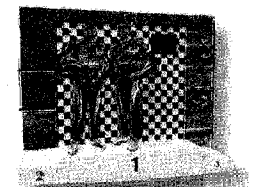
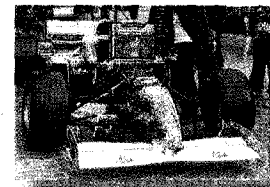
Piazza A. Moro - ore 8,30
18° Raduno Nazionale Vespa e Vespa d'epoca.
(a cura del Vespa Club Castelfranco Emilia)

Piazza Garibaldi - ore 8,30
Esposizione di prestigiose Auto dei tre Musei modenesi
Panini - Righini - Stanguellini.

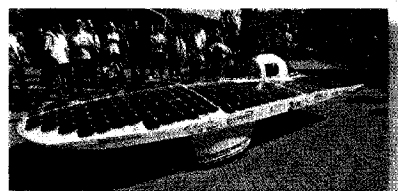


Piazza Curiel (Teatro DADA) - dalle ore 9,00 alle 18,30
Potrai provare la **Lamborghini Gallardo Superleggera LP 570-4.**
(vedi regolamento)

Corso Martiri (zona semaforo)
Potrete vivere l'ebbrezza della formula 1 con un
"Simulatore di guida"
un **Podio di F1** per scattare le tue foto,
ammirare la **Ferrari F1** del pilota **Gilles Villeneuve.**
(messi a disposizione della Galleria Ferrari di Maranello)



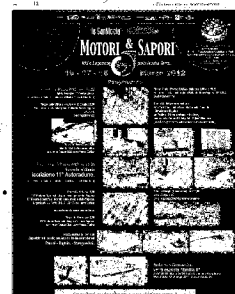
Officine Borghi (Cavazzona) - ore 11,00
Gara di regolarità.
(tra gli equipaggi iscritti precedentemente)



Sabato e Domenica
verrà esposta **"Emilia II"**
la vettura Italiana, a batterie solari, che ha
World Solar Challenge 2011 Darwin-Ad

Seguiteci su facebook o www.lasannicola.it

Pagina 12



CAMERA DI COMMERCIO SCADE IL 23

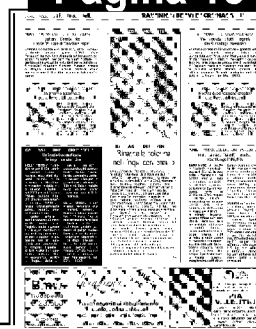
Un'iniziativa dedicata alle imprese storiche

NELL'AMBITO delle iniziative per il 150° anniversario del sistema camerale, sono stati riaperti i termini per le iscrizioni al Ris-Registro nazionale delle imprese storiche (istituito nel 2011 per celebrare i 150 anni dell'Unità d'Italia), che annovera attualmente quasi 1.800 imprese ultracentenarie selezionate da 66 Camere di commercio.

La scadenza per le iscrizioni è venerdì 23 marzo. Possono iscriversi al Registro delle imprese storiche, ottenendo così anche il logo di riconoscimento nazionale appositamente predisposto da Unioncamere, tutte le imprese di qualsiasi forma giuridica operanti in qualsiasi settore economico, iscritte nel Registro delle im-

prese e ancora attive, con esercizio ininterrotto dell'attività nell'ambito del medesimo settore merceologico per un periodo non inferiore a 100 anni. Tale requisito temporale deve essere essere maturato al 31 dicembre 2011.

LE CANDIDATURE dovranno pervenire alla Camera di commercio di Ravenna entro e non oltre il 23 marzo (per le raccomandate farà fede il timbro con la data dell'ufficio postale accettante), per posta elettronica certificata, utilizzando l'apposita modulistica, disponibile sul sito web istituzionale www.ra.camcom.it o presso l'ufficio Promozione e comunicazione (per informazioni: tel. 0544 481435).



DATI CAMERALI**Rete internazionale
dei registri imprese**

Ieri a Venezia è stato firmato un accordo tra il direttore generale di Infocamere, Valerio Zappalà e gli omologhi francese e spagnolo per lo scambio delle informazioni economiche contenute nei registri imprese dei tre Paesi. L'obiettivo è rendere più semplici le transazioni commerciali e favorire la trasparenza finanziaria.



Imprese storiche Ultime iscrizioni

C'è tempo fino a venerdì prossimo per iscriversi al Registro delle imprese storiche, aperto

a tutte le imprese, di qualsiasi forma giuridica e operanti in qualsiasi settore economico, iscritte nel Registro delle imprese e ancora attive, con esercizio ininterrotto dell'attività nell'ambito del medesimo settore, per un periodo non inferiore a 100 anni. Tale requisito temporale deve essere maturato al 31 dicembre 2011. Le candidature dovranno pervenire alla Camera di commercio entro il 23 marzo per posta elettronica certificata, utilizzando la modulistica disponibile sul sito www.ra.camcom.it (Info 0544 481435).

EMERGENZA La Camera ha terminato la raccolta delle denunce. La senatrice Bianconi (Pdl) presenta gli emendamenti per gli sgravi tributari

Imprese, i danni da neve salgono a 70 milioni

Per le nevicate di inizio febbraio, le aziende di Forlì-Cesena riportano danni per oltre 70 milioni di euro. Sono state completate le elaborazioni, a cura della Camera di Commercio e chiuse il 4 marzo, delle quasi 1.300 schede (1.296) di rilevazione dei danni alle imprese causa maltempo escluso il settore agricolo (interessato da una rilevazione specifica della Provincia). Dopo una prima stima che evidenziava perdite per circa 51 milioni di euro, ora gli importi calcolati in base alle segnalazioni inoltrate ammontano esattamente a 70 milioni 208.118 euro. Si tratta di una rilevazione, dice l'ente camerale, che "non può considerarsi esaustiva rispetto all'entità complessiva dei danni subiti dal territorio. L'intento è quello di ottenere nel più breve tempo possibile una prima, seppure parziale, valutazione degli effetti della nevicata affinché le autorità competenti possano attivare misure immediate e urgenti per ripristinare le attività economiche preesistenti e agevolare il ritorno alla normalità". Le somme rilevate si dividono tra danni a strutture (14.758.691 euro, il 21,02%), perdite alla produzione e al fatturato (50.558.320 euro, il 72,01%), oneri aggiuntivi legati all'agibilità e accessibilità delle strutture (3.608.178 euro, il 5,14%) e altre tipologie residuali (1.282.929 euro, l'1,83%). Degli oltre 70 milioni di euro totali, il 48% sono stati lamentati dal settore manifatturiero (297 imprese), il 30% dal

settore commercio e turismo (563 imprese), il 12% dai servizi (242 imprese) ed il 7% dalle costruzioni (132 imprese).

In termini di importo, il 34% dei danni è stato segnalato da imprese con sede nel comune di Forlì, il 24% da imprese del comune di Cesena. Sulle richieste di aiuto già inviate ad enti ed istituzioni varie a partire dalla presidenza del Consiglio dei ministri, il presidente camerale Alberto Zambianchi sottolinea: "I risultati emersi ci spingono a rafforzare il livello di attenzione riguardo alle provvidenze che possono giungere da Roma e da Bologna, come pure a livello territoriale auspichiamo che siano accolte le nostre richieste di posticipare pagamenti e scadenze".

Purtroppo, nonostante l'impegno di tutti, le notizie sul fronte risorse non sono positive (vedi articolo a lato).

La senatrice Laura Bianconi del Pdl ha presentato tre emendamenti al decreto legge sulla semplificazione tributaria attualmente in discussione in Senato, il primo riguarda la possibilità di escludere dal Patto di stabilità tutte le spese attuative delle ordinanze emesse dai Comuni per fronteggiare l'emergenza neve; il secondo riguarda una riduzione del 10% dell'Iva relativa all'acquisto di beni e servizi finalizzati al ripristino del territorio; il terzo emendamento riguarda invece la proroga al 20 luglio degli adempimenti tributari, previdenziali e assistenziali in scadenza al 30 giugno.



FORLÌ - PROVINCIA

Imprese i danni da neve salgono a 70 milioni

Elementi Pdl e candidate ancora in alto mare

5 CARINE

CONSORZI DI TUTELA

DOP MODENA

a cura di **Raffaele Bazzani**

LA TERRA DELLA BIRRA INCONTRA IL LAMBRUSCO DELL'EMILIA ROMAGNA

Vini e produttori della regione a Dusseldorf in occasione di ProWein

Emilia Romagna in prima linea al ProWein di Dusseldorf. A questa importante manifestazione dedicata ai professionisti del vino, che nel 2011 è stata visitata da oltre 39.000 importatori e giornalisti da tutto il mondo, Enoteca Regionale Emilia Romagna era presente presso il padiglione 3 con una superficie di 200 mq nell'area 3G50, che ha ospitato gli stand di 10 aziende, il banco d'assaggio regionale e lo spazio collettivo gestito dal Consorzio Marchio Storico dei Lambruschi Modenesi, dove gli operatori hanno degustato i migliori Lambruschi prodotti. ProWein è stata un'occasione per incontrare operatori e importatori dai quattro continenti, ma senza dubbio è la porta d'accesso privilegiata al mercato tedesco, che ha assorbito nel 2011 oltre 77 milioni di litri di vino italiano, attestandosi come principale partner commerciale per il settore enoico nazionale. Le cifre parlano di un mercato ampio e maturo, affezionato allo stile di vita e ai vini del bel paese e sempre più attento alla qualità, come dimostra l'aumento del valore delle esportazioni di vino italiano, assai più che proporzionale rispetto alla variazione dei volumi acquistati, (10% contro un 1% scarso secondo l'Istat). I palati teutonici continuano a privilegiare i rossi, che costituiscono il 55% di tutto il vino venduto nel paese, seguiti dai bianchi a quota 35,6% e i rosati, che intercettano solo il 9,6% degli acquisti (dati ICE 2011) pur mostrando nel 2011 aumenti superiori alle altre categorie. Gli andamenti di mercato preannunciano inoltre una fiera ricca di opportunità anche per spumanti e frizzanti emiliano romagnoli. Il consumo pro capite per queste due categorie si attesta infatti intorno ai 4,7 litri all'anno, di cui la quota maggiore è rappresentata dagli spumanti. Il mercato tedesco è dunque una realtà ampia, competitiva e molto variegata, in cui possono trovare una loro collocazione vini di diverse tipologie e fasce di prezzo e in cui tanto i grandi gruppi quanto i piccoli produttori possano trovare interlocutori appropriati. Allo stand collettivo del Consorzio Marchio Storico dei Lambruschi Modenesi è stato possibile assaggiare con grande entusiasmo da parte dei visitatori un'ampia varietà di lambruschi di tutte le tipologie.

IL PARMIGIANO-REGGIANO ALLA RICONQUISTA DEL GIAPPONE

L'effetto Tsunami ha determinato un calo dell'export del 13%.
A Tokyo il Consorzio punta a consolidare la ripresa degli ultimi mesi



Il Consorzio del Parmigiano-Reggiano parte alla riconquista del Giappone, dove la crisi legata allo Tsunami ha determinato, nel 2011, un calo del 13% delle esportazioni del "re dei formaggi" dopo tre anni di intensa crescita. Le ultime settimane del 2011 e i primi due mesi dell'anno in corso hanno già registrato una ripresa delle esportazioni nel Paese del sol levante, ma l'ente di tutela ha puntato molto su Foodex, la più importante manifestazione agro-alimentare del mercato asiatico, che si è svolta a Tokyo i primi di marzo, dove era presente unitamente al Consorzio del Prosciutto di Parma. "Le esportazioni sono per noi un punto di forza irrinunciabile - sottolinea Giuseppe Alai, presidente del Consorzio - e in Giappone puntiamo ora a consolidare la ripresa degli ultimi mesi, puntando molto su una manifestazione che richiama annualmente oltre 100.000 visitatori e sull'attenzione che da diversi anni i giapponesi riservano ai prodotti naturali e di qualità". Il Consorzio ospiterà nel proprio stand imprese e caseifici che propongono il loro Parmigiano-Reggiano a imprese importatrici, della distribuzione e della ristorazione. Il personale del Consorzio sarà poi direttamente impegnato per proporre e far assaggiare il formaggio sia a potenziali clienti sia a chef e ristoratori, spiegandone le caratteristiche e le modalità d'uso in cucina, distribuendo materiale e favorendo i contatti con le imprese. Di Parmigiano-Reggiano, hanno parlato i rappresentanti del Consorzio (Marco Prandi e Simone Ficarella) nel corso dell'incontro che è avvenuto il 7 marzo con gli importatori giapponesi. All'incontro sono state invitate le imprese che importano il Parmigiano-Reggiano ed il Prosciutto di Parma; "un'opportunità importante - spiega Alai - per far conoscere le strategie del Consorzio e per far conoscere gli elementi innovativi, non ultime le nuove regole sul disciplinare produttivo del Parmigiano-Reggiano, che vanno a garantire il consumatore mondiale sia sul più stretto legame con il territorio sia sul maggiore controllo dell'uso del marchio nelle confezioni del Parmigiano-Reggiano".

"Proprio in tal senso - conclude Alai - sono previsti incontri nel corso dei quali chiederemo nuovamente alle autorità giapponesi di intervenire affinché sia rimosso quello che riteniamo una sorta di inganno per i consumatori: in Giappone, infatti, se un alimento (il grattugiato, ad esempio), contiene il 70% di uno specifico prodotto può assumerne il nome, e questo fa sì che circolino con il marchio Parmigiano-Reggiano dei grattugiati che, in verità, contengono il 30% di qualsiasi altro formaggio". "Le aziende che vendono il grattugiato fresco al 100% si vedono dunque come concorrenti non solo il "parmesan" - prodotto generico che fuori dall'Europa può ancora circolare liberamente - ma anche un prodotto sempre concorrente e per di più chiamato con lo stesso nome, ovvero "Parmigiano-Reggiano".



Il falso Made in Italy

Simest cede le quote in Lactitalia Produceva falso pecorino

L'annuncio dopo la mobilitazione di Coldiretti a Roma

Due giorni fa la mobilitazione promossa da Coldiretti che ha portato in Piazza Montecitorio a Roma migliaia di agricoltori per protestare contro la mancata tutela del Made in Italy. Una mancanza che, secondo le associazioni dei consumatori costa almeno 300mila nuovi posti di lavoro solo nell'agroalimentare. Emblematico l'esempio del 'pecorino' prodotto interamente in Romania con i soldi che confluiscono nella società a partecipazione pubblica Simest. Proprio ieri, a distanza da un giorno dalle proteste, è arrivata la notizia che la società, parte della finanziaria del Ministero dello Sviluppo economico, ha rinunciato alle quote di partecipazione in Lactitalia, la produttrice dei famigerati formaggi pecorino e caciotta made in Romania.

«Questo è un grande risultato della nostra mobilitazione», ha dichiarato ieri il presidente di Coldiretti Modena, Maurizio Gianaroli. Il rappresentante dell'associazione ha ricordato come si sia conclusa positivamente la battaglia della Coldiretti a tutela dell'agroalimentare italiano.

«Ringraziamo la Provincia, la Camera di Commercio, le numerose ammi-



Erano migliaia gli agricoltori che due giorni fa hanno invaso Piazza Montecitorio a Roma per protestare contro il falso Made in Italy

nistrazioni comunali, Federconsumatori e i consorzi di tutela che ci hanno sostenuto - continua Gianaroli - e che hanno adottato delibere con le quali si denunciava che le operazioni di sostegno dell'Italian sounding, da parte della Simest, determinano danni gravi in quanto bloccano ogni

potenzialità di crescita delle imprese italiane a causa della 'saturazione' del mercato con prodotti che richiamano qualità italiane senza essere di origine nazionale, impedendo ai consumatori di effettuare una corretta comparazione sulla base della diversa qualità e convenienza con prodotti autentici

Pagina 25



I € =	
\$	€ 0,832
£	€ 0,729
¥	€ 0,0077
Kr	€ 0,000136
Ks	€ 0,0000136

del Made in Italy». Lactitalia attraverso un comunicato emesso al termine della manifestazione della Coldiretti di due giorni fa a Roma ha annunciato che «Simest ha portato a conclusione la procedura di partecipazione alla società, dalla quale è uscita con la cessione delle quote» dando «piena adesione al rafforzamento del contrasto all'italian sounding e alla diffusione del made in Italy, così come indicato da una recente direttiva del Ministero dello sviluppo economico».

«Simest - continua la nota della società - ha prontamente recepito la direttiva in materia agroalimentare emanata dal Ministero dello Sviluppo Economico, che prevede la revoca di partecipazioni deliberate, qualora le imprese pongano in essere pratiche commerciali in grado di indurre in errore i consumatori, anche nei mercati esteri, circa l'origine italiana dei prodotti commercializzati, sia attraverso elementi specifici dei prodotti stessi che del relativo packaging».

Ora il timore di Coldiretti è che possano emeregere altri casi in cui i soldi pubblici vanno paradossalmente a danneggiare i prodotti nazionali. «Una

vicenda incredibile si è chiusa positivamente ma ci chiediamo - sottolinea il presidente di Coldiretti Modena - in quali altre occasioni ci sia stata una cattiva utilizzazione delle risorse pubbliche come questa senza che nessuno se ne occupasse o intervenisse». Per questo ora l'impegno del Governo e del Parlamento, sostiene Coldiretti, «deve essere rivolto a vie-

CONCORRENZA

Da anni la società semi-statale è accusata di finanziare imitazioni di prodotti tipici

tare per legge il finanziamento pubblico di prodotti realizzati all'estero che imitano il vero Made in Italy. Occorre avere la forza di distinguere la vera internazionalizzazione da quelle forme di delocalizzazione aggravate dall'uso improprio del marchio Italia" che danneggiano il Paese facendo perdere occupazione e svilendo il valore del Made in Italy, costruito con sacrifici da generazioni di imprenditori».



DOMANI POMERIGGIO

Mediazione e conciliazione un seminario all'università

Mentre stanno per scattare nuove tipologie di controversie (quelle condominiali, ad esempio) per le quali sarà obbligatorio il ricorso alla conciliazione tra le parti prima di procedere all'eventuale ricorso alla giustizia ordinaria, la Camera di commercio torna a parlare di un istituto nato proprio per evitare l'ingolfamento delle aule dei Tribunali per liti e contese altrimenti risolvibili con minori costi e tempi stretti. Proprio alla mediazione per la conciliazione è infatti dedicata la tavola rotonda su "Una svolta per la Giustizia fra opportunità e problematiche pratiche dell'istituto" che si svolgerà domani pomeriggio, dalle 15 alle 19, all'Aula Magna Manodori dell'Università di Modena e Reggio. Il confronto è promosso

in collaborazione con gli ordini professionali di avvocati e dottori commercialisti, il collegio notarile, le associazioni dei consumatori, il Tribunale di Reggio e lo stesso ateneo, «e vuole approfondire - sottolinea Carla Menozzi, coordinatrice dell'evento e responsabile dell'ufficio Giustizia Alternativa e Legalità della Camera di Commercio - gli elementi più significativi che si legano ad una soluzione più facile, veloce ed economica per risolvere una lite civile o commerciale, perché consente di trovare un accordo amichevole in tempi brevi e con costi contenuti e predeterminati». I lavori, saranno introdotti da Enrico Bini, presidente della Camera di commercio e dal presidente del Tribunale, Francesco Maria Caruso.

Pagina 17



Domani la presentazione all'Università di viale Allegri

Giustizia rapida e poco costosa Un convegno sulla conciliazione

SI INTITOLA "Una svolta per la giustizia fra opportunità e problematiche dell'istituto" la tavola rotonda in programma domani dalle 15 alle 19 nell'aula magna dell'università di Reggio, e tratterà della recente introduzione della mediazione per la conciliazione. Mentre stanno per scattare nuove tipologie di controversie (quelle condominiali, ad esempio) per le quali sarà obbligatorio il ricorso alla conciliazione tra le parti prima di procedere all'eventuale ricorso alla giustizia ordinaria, la Camera di commercio torna a parlare di un istituto nato proprio per evitare l'ingolfamento delle aule dei Tribunali per liti e contese altrimenti risolvibili con minori costi e tempi stretti.

Il confronto è promosso in collaborazione con gli ordini professionali di avvocati e dottori commercialisti, il collegio notarile, le associazioni dei consumatori, il tribunale e lo stesso ateneo, «e vuole approfondire – sottolinea Carla Menozzi, coordinatrice dell'evento e responsabile dell'uffi-

cio giustizia alternativa e legalità della Camera di commercio – gli elementi più significativi che si legano ad una soluzione più facile, veloce ed economica per risolvere una lite civile o commerciale, perché consente di trovare un accordo in tempi brevi e con costi contenuti».

I lavori saranno introdotti da Enrico Bini, presidente della Camera di commercio e dal presidente del tribunale Francesco Maria Caruso. Trai relatori della tavola rotonda Domenico Borgesi, ordinario di Diritto processuale civile dell'Università di Modena e Reggio, Carlo Vellani, associato di Diritto processuale civile del medesimo ateneo, il notaio Valentina Rubertelli, Pietro Cantarelli, presidente dell'ordine dei commercialisti ed esperti contabili, Nicola Manenti dell'ordine degli avvocati, un rappresentante delle associazioni dei consumatori e Francesco Tumbiolo, vicesegretario generale della Camera di commercio di Reggio, responsabile dell'organismo di mediazione della Camera di commercio.

CERIMONIA IERI IN FIERA RICONOSCIMENTI ALLE IMPRESE ASSEGNATI DALLA CAMERA DI COMMERCIO

«Fedeltà al lavoro e contributo al territorio»

Impresa giovane

Cinque ex dipendenti del Punto Sma si sono uniti, diventando neoimprenditori ed evitando così la chiusura dell'attività. «Abbiamo deciso di investire sulla nostra professionalità», hanno dichiarato



GRANDE partecipazione e grande emozione ieri mattina nella sala gremita del centro fieristico, per la cerimonia di consegna dei riconoscimenti «alla fedeltà al lavoro e al progresso economico», organizzata dalla Camera di Commercio. Erano presenti tutte le autorità civili e militari, che hanno reso omaggio ad imprenditori e lavoratori iscritti ad Ascom Concommercio, che hanno contribuito alla crescita e al benessere della comunità ferrarese.

«Si tratta di una bella iniziativa — hanno dichiarato all'unisono Mauro Spinelli e Davide Urban, rispettivamente commissario e direttore di Ascom Ferrara — per valorizzare il tessuto economico provinciale e siamo orgogliosi

che ben sedici nostri associati, su un totale di oltre 130 aziende premiate, abbiano i requisiti per aver contribuito allo sviluppo di questo territorio in modo concreto e fattivo».

Sono stati 134 i riconoscimenti consegnati, dei quali 25 alla «fedeltà al lavoro» e 103 al «progresso economico»: questi ultimi, in particolare, riguardano l'artigianato (27 riconoscimenti), l'agricoltura (34), il commercio (26), l'industria (4) e i servizi (12).

Fra i sei premi speciali, attribuiti dalla giunta della Camera di Commercio (un tradizionale ed atteso appuntamento che si rinnova dall'ormai lontano 1950) a lavoratori e imprenditori che si sono distinti per i brillanti risultati ottenuti nella gestione dell'impresa, un riconosci-

mento particolare a cinque neoimprenditori, ex dipendenti del Punto Sma di viale XXV Aprile, che al decesso del loro titolare hanno costituito una nuova società, denominata Ottodue Srl, lanciandosi in una impegnativa esperienza imprenditoriale. «Abbiamo deciso di investire sul nostro lavoro, anche spinti dai nostri clienti — commentano i cinque neo imprenditori Chiara Ferrari, Debora Tartarini, Fabio Zurma, Veronica Bergamini e Elisa Mazzoni —, e deciso di investire sulla nostra professionalità, evitando così la chiusura del nostro punto vendita. Siamo contenti e vorremmo che la nostra scelta fosse un esempio per chi sta vivendo situazioni simili alla nostra».

Pagina 13

Sedici studenti per «creare l'impresa»
Il progetto di Urbinaschia: Dossò Dossò
C'è chi si è dato il compito di creare una nuova realtà



Economia creativa Come misurarla?

Non c'è bisogno di scomodare Luigi Einaudi per ricordare come l'attività di Governo richieda di "conoscere per deliberare". L'arte del Governo ha bisogno dell'aritmetica politica per misurare i dati essenziali della vita collettiva. Il Governo della cultura ha bisogno di misurare lo sviluppo culturale. Questo potrebbe sembrare ovvio nell'epoca della digitalizzazione o del *numérique*, tuttavia le conoscenze quantitative dei fenomeni economici e sociali legati alla cultura e alla creatività sono spesso carenti o non bene organizzate.

Se, come ricorda il "Manifesto per la Cultura", numerosi studi a livello internazionale hanno dimostrato come il sistema della produzione culturale e delle attività creative sia tra i più importanti settori per dimensione economica, è anche vero che questi studi hanno adottato definizioni e metodologie molto differenti per delimitare il loro campo di indagine e misurare le variabili di riferimento. Lo stesso vale per l'Italia. Lo studio comparativo del 2006 condotto da Kea European Affairs per conto della Commissione europea, offre ad esempio una stima conservativa del contributo dell'economia culturale e creativa in Italia pari al 2,3% al Pil nel 2003. Due anni più tardi, la Commissione ministeriale, che ha pubblicato il *Libro bianco sulla creatività*, colloca il peso delle industrie culturali e creative intorno al 9,3% del Pil nazionale nel 2004 e individua gli addetti al settore in più di 2,5 milioni di unità. Questa stima si basa su una definizione ampia del settore che include anche comparti del Made in Italy (Moda, Design ed Enogastronomia) come espressione della cultura materiale del Paese e considera non solo le fasi di concezione creativa e produzione culturale, ma l'intera filiera di produzione del valore (incluse attività di distribuzione e attività connesse). Più recente e utilizzando un approccio meto-

dologico in parte differente, uno studio a cura della Fondazione Symbola e Unioncame-re evidenzia come le industrie culturali e creative insieme ai settori del patrimonio e delle attività artistiche contribuiscano nel 2010 a quasi il 5% della ricchezza prodotta e diano lavoro a un milione e mezzo di persone (il 5,7% dell'occupazione nazionale).

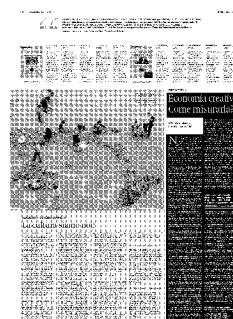
L'eterogeneità di approcci e definizioni è in parte dovuto al tentativo di risolvere in modi innovativi la difficoltà di misurare un fenomeno che per la sua trasversalità inter-settoriale è difficile da far emergere nei dati statistici e per la sua contemporaneità non è ancora oggetto di valutazione contabile e quantitativa. Infatti, molte delle attività culturali e maggiormente creative non vengono svolte in imprese, ma da professionisti *freelance* o lavoratori non stabilmente occupati, che operano molte volte su base progettuale. Inoltre, l'innovazione tecnologica negli ultimi anni, e in particolare la digitalizzazione, sta portando a una convergenza e sovrapposizione di molti settori dedicati alla produzione di contenuti culturali come il cinema, l'editoria e la musica, rendendo difficile un inquadramento delle innovative forme di *business* in questi ambiti secondo la classificazione convenzionale dell'industria e dei servizi adottata dalle statistiche ufficiali. Infine, alcuni servizi come il *design* o la comunicazione e pubblicità sono estremamente trasversali e vengono svolti sia da società di consulenza dedicate ma anche all'interno di imprese appartenenti a settori economici totalmente estranei alla sfera culturale e creativa.

Per questo motivo l'approccio settoriale basato sulle classificazioni tradizionali ha delle profonde limitazioni che devono essere prese in considerazione quando si parla di cultura e creatività. In questo senso, sarebbero necessarie delle rilevazioni statistiche che utilizzino classificazioni

con un dettaglio maggiore, ma questo richiederebbe risorse umane ed economiche. Seguendo il suggerimento dell'Unesco per la definizione delle statistiche culturali, sarebbe utile distinguere tra "campi" e "settori" della cultura, essendo la prima nozione più ampia di quella di settore e ricomprendendo anche gli aspetti informali, illegali o sociali delle attività culturali, quali il mercato nero o la produzione privata e familiare. Allo stesso modo, la cosiddetta "culturalizzazione" della vita economica e sociale sta portando a un'espansione della sfera culturale e creativa, rendendo più importante la misurazione del capitale umano e delle professioni piuttosto che l'analisi per settori. In Gran Bretagna è emerso che incrociando i dati sulle forze lavoro con quelli delle attività economiche circa il 55% dei lavoratori culturali e creativi è impiegato in settori non culturali e creativi. Simili risultati sono stati ottenuti anche da una recente ricerca dell'Associazione per l'economia della cultura sull'occupazione culturale in Italia.

Queste esperienze dimostrano come lo sviluppo di indicatori che misurino il valore della produzione culturale e dell'economia creativa sia un processo intellettuale difficile e costoso perché cerca di fotografare sfere dell'attività umana complesse e spesso intangibili. Tuttavia è un passo necessario se si vuole rimettere al centro la cultura nel no-

Una sfera caratterizzata da notevole eterogeneità di approcci e definizioni. Tra gli esempi più interessanti cui guardare, quello britannico



stro Paese e sviluppare strategie di lungo periodo per sostenerla. Misurare è importante, ma è ancora più importante dare continuità alle misurazioni per comprendere l'evoluzione dei fenomeni e monitorare l'efficacia delle politiche. Anche in questo senso, l'esperienza britannica del Department of Culture, Media and Sport può essere esemplare del metodo di lavoro adottato. Una volta riconosciuto mediante le prime ricerche l'importanza delle industrie culturali e creative come fattore strategico per lo sviluppo del Paese, è stato costituito un gruppo permanente di lavoro per adattare i metodi di rilevazione statistici e i processi di raccolta di dati economici alle esigenze di monitorare questo macrosettore. Oggi, il Department of Culture, Media and Sport pubblica periodicamente bollettini statistici con dati che includono valore aggiunto, imprese, addetti, esportazioni e produttività delle industrie creative. Questi dati rappresentano una fonte informativa vitale per i decisori politici per monitorare questo settore e soprattutto porlo al centro del dibattito pubblico. L'esperienza britannica ci suggerisce come questo risultato sia stato possibile materialmente grazie alla collaborazione di diversi Ministeri e uffici statistici, ma soprattutto grazie alla volontà politica di dare risalto al settore culturale e creativo del Paese. In Italia, al contrario, quello che manca attualmente per avere una misurazione unitaria di questo fenomeno è forse una volontà politica che favorisca il coordinamento tra diversi soggetti che finora hanno osservato il mondo della cultura e della creatività solo dal loro ambito di competenze specifiche. In questa prospettiva, la risposta congiunta al "Manifesto per la Cultura" da parte dei ministri Lorenzo Ornaghi, Corrado Passera e Francesco Profumo può rappresentare un primo passo verso questa visione unitaria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Di Walter Santagata ed Enrico Bertacchini è prossima l'uscita del libro Atmosfera Creativa: Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività, edizioni il Mulino, prevista per metà aprile

