

# Camera: un impegno costante per un futuro di crescita



**di Alessandro Scaccheri**  
*Segretario Generale della Camera di Commercio di Pavia*

Con questo numero di Pavia Economica abbiamo sperimentato l'utilizzo del Web come canale di diffusione per la nostra rivista. La scelta non sarà definitiva, infatti già dal 2010 riprenderemo la pubblicazione cartacea, ma intendiamo nel futuro affiancare sempre anche una versione online. Già da tempo, infatti, la nostra rivista è presente sul sito camerale, tuttavia da ora sarà inviata alle imprese anche attraverso l'utilizzo della CRM, la mailing list dei nostri associati. Dunque un servizio ancora più diffuso e "su misura" per le nostre imprese, con una Pavia Economica sempre dedicata all'approfondimento dell'attività dell'Ente, all'analisi dell'economia locale e a tutte le novità che riguardano le aziende. In questo numero, oltre ad una esaustiva intervista al Presidente Giacomo de Ghislanzoni Cardoli che fa un po' il punto sulle azioni intraprese e quelle prossime future da parte della Camera, troviamo alcuni approfondimenti sui temi più importanti del trimestre: una valutazione sull'andamento dell'Accordo di Programma, l'analisi dei dati Excelsior, la settimana della Conciliazione e le novità per le PMI comprese nel decreto anti-crisi. E poi ancora: i premi ai Benemeriti, le novità tra i servizi camerale come il Registro Imprese, la Comunicazione unica, il SIT. Insomma, un numero di fine anno davvero pieno di contenuti interessanti.

L'impegno camerale nelle politiche di sostegno e rilancio delle imprese e dell'economia, soprattutto in un momento di crisi come questo, significa proprio sottolineare quanto solo con un lavoro coordinato e continuo si possa sperare di riemergere dalla difficoltà. La Camera di Commercio è sempre in prima fila con questo impegno nella certezza che la vitalità imprenditoriale della nostra provincia saprà fare il resto. Con questa speranza, colgo l'occasione per inviare a tutti, da parte mia e del personale della Camera, gli auguri per un buon Natale e un sereno anno nuovo.

## IL CONSIGLIO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

### Consiglio

<b>Giacomo de Ghislanzoni Cardoli</b>	<b>Presidente</b>
Carlo Arata	settore artigianato
Marialisa Boschetti	settore artigianato
Maurizio Lauro Carvani	settore trasporti e spedizioni
Alberto Cazzani	settore industria
Gaetano Cerri	settore servizi alle imprese
Fausto Crevani	settore servizi alle imprese
Giuseppe Daidone	settore artigianato
Giacomo de Ghislanzoni Cardoli	settore commercio
Giorgio Ferraris	settore commercio
Pietro Ferretti	settore commercio
Giuseppe Ghezzi	settore agricoltura
Claudio Gibelli	settore cooperazione
Luigi Grechi	settore artigianato
Romeo Iurilli	settore commercio
Piero Maccarini	settore industria
Giovanni Merlino	settore turismo
Roberto Mori	settore industria
Luigi Negri	settore agricoltura
Riccardo Ravizza	settore credito e assicurazioni
Luigi Sanguinetti	settore commercio
Roberto Sclavi	settore industria
Daniilo Semenza	settore servizi alle imprese
Luca Matteo Sormani	settore servizi alle imprese
Mario Spadini	ass. di tutela dei consumatori e degli utenti
Blandino Taccuso	settore artigianato
Gianfranco Urrata	organizzazioni sindacali lavoratori

### Collegio dei Revisori dei Conti

Dott. Antonio De Vincenzo	Revisore effettivo
Dott. Roberto Fedegari	Revisore effettivo
Dott. Mario Antonio Guallini	Revisore effettivo
Dott. Riccardo Maestri	Revisore supplente
Dott. Franco Perotti	Revisore supplente

# Innovazione, estero, turismo: il rilancio parte da qui

nostro servizio

**Presidente, cominciamo con un bilancio sui suoi primi mesi di permanenza alla Camera di Commercio.**

“Sono stati senza dubbio mesi impegnativi. Anche perché ho dovuto acquisire la massima conoscenza e la consapevolezza del ruolo che la Camera di Commercio ricopre in provincia, soprattutto in un momento come quello che stiamo vivendo, in cui la crisi economica rende necessari luoghi e ruoli di confronto, direi delle ‘cabine di regia’, nei quali la Camera dev’essere presente. Ormai sono da sei mesi in questa sede prestigiosa e mi sono reso conto dal di dentro, appunto, di quanti ruoli abbia e che cosa significhi la Camera di Commercio all’interno dell’economia di una provincia”.

**Un ruolo anche di raccordo.**

“Certamente sì, e ciò dev’essere sempre più rimarcato nel rispetto di una collaborazione che sia sempre paritaria, per responsabilità e funzioni, con le altre realtà pubbliche della provincia, in particolare con l’Amministrazione Provinciale, con il Comune capoluogo, con l’Università. Ma il raccordo che compete alla Camera è anche - e soprattutto - quello con tutte le realtà produttive della provincia. Noi abbiamo un consiglio camerale che rappresenta tutte le anime e le sensibilità esistenti all’interno della provincia. Con il loro supporto dobbiamo lavorare tutti, in un’ottica di superamento di questo stato di difficoltà”.

**La crisi economica è ancora forte. Gli ultimi dati congiunturali non sono del tutto rassicuranti. Che cosa ne pensa?**

“Abbiamo indubbiamente una crisi

*Intervista al presidente Giacomo de Ghislanzoni Cardoli, a sei mesi dalla sua nomina a capo dell’ente camerale. Uno sguardo a 360 gradi sui progetti in atto e quelli futuri.*



economica mondiale che attanaglia anche la nostra provincia, la quale, peraltro, già prima di questo periodo nero era in una fase di deindustrializzazione significativa, e quindi aveva già allora bisogno di attenzione. Poi ci è capitata tra capo e collo questa crisi mondiale e ne abbiamo subito i riflessi. Tuttavia, mi sembra che la provincia di Pavia, essendo un territorio costellato da piccole e medie imprese, abbia reagito sufficientemente bene. Certo, abbiamo ancora un calo del fatturato: l’indice al 30 di settembre denota ancora un’ulteriore riduzione percentuale del fatturato rispetto ai trimestri precedenti, mentre altre provincie lombarde hanno già dato segni di ripresa. Spero però che questo sia l’ultimo dato negativo e che con i prossimi dati, quelli di fine anno, ci possa essere un’inversione di tendenza”.

**Cosa può fare concretamente la Camera di**

**Commercio per aiutare le aziende pavese a superare questo momento difficile di crisi?**

“Applicare nel nostro agire quotidiano i cardini del programma di lavoro che ci siamo dati per i prossimi anni. Anzitutto favorendo l’innovazione nelle imprese. Come? Stando loro vicino nel processo di ammodernamento e aggiornamento tecnologico, ma soprattutto progettuale. Lo scopo è che queste aziende, con un cammino di innovazione accompagnato da una semplificazione amministrativa (che è un altro punto cardine

dell'azione della Camera) possano essere in grado di affrontare il processo di internazionalizzazione, cioè di posizionamento sui mercati esteri, che è fondamentale in un'economia globale. Quindi noi stiamo cercando di favorire questi processi, sostenendo la voglia di uscire dal proprio guscio e andare all'estero che tante aziende hanno, volendo mettersi in gioco e confrontarsi su un mercato mondiale".

#### **Altri progetti in atto?**

"Abbiamo poi attuato, in questa difficile fase, una forma innovativa di aiuto, chiamato Sportello SIT. Esso coniuga la capacità di lavoro dei nostri imprenditori con una conoscenza maggiore dei mercati e dei nuovi metodi di posizionamento che può derivare dall'essere accompagnati da manager esperti. Questi manager sono quelli che la crisi industriale ha reso liberi negli ultimi mesi. In Italia abbiamo, infatti, già oltre 10 mila manager che sono stati estromessi dal mercato del lavoro per la riduzione che tante fabbriche hanno applicato: non vanno a casa solo operai e impiegati ma anche i dirigenti... e quindi molti di questi, che hanno 48, 50 o 55 anni si sono domandati se potevano essere ancora utili in una società in cui la competizione è sempre più serrata. Ne è risultato che molti sono disposti a mettersi in discussione ancora una volta, accettando una nuova sfida, accompagnando queste piccole e medie aziende nel processo di ammodernamento e di innovazione che è oggi sempre più fondamentale".

#### **E la Camera che ruolo svolge in questo incontro?**

"La Camera mette in contatto - gratuitamente - le aziende con i manager e li accompagna nella prima fase di conoscenza reciproca. Con un termine preso a prestito dal regno animale, direi che l'azienda e il manager 'si annusano' a vicenda in questa prima fase, per capire se possono essere utili l'uno all'altra e per comprendere se e come possa essere utile inserire in una piccola azienda un



manager che ha esperienze di grosse aziende. A volte, questo può essere quel tocco in più che rende nuove e competitive le aziende".

#### **Da qualche tempo, la Camera ha anche istituito dei premi dedicati all'innovazione e all'internazionalizzazione delle imprese.**

"I premi sono proprio il coronamento di bandi che abbiamo istituito e realizzato proprio per stimolare i processi che dicevo prima in un contesto microeconomico come quello della nostra provincia. Questi premi hanno lo scopo di suscitare tali energie e soprattutto per stimolare molti ad uscire dal guscio. Direi che la vasta adesione a questi bandi è la testimonianza della capacità di essere innovativi anche da parte di aziende pavese che capiscono la necessità di mettersi in gioco quotidianamente".

#### **Il 2009 è stato anche l'anno del distretto del vino.**

"L'attenzione della Camera verso il settore dell'agricoltura è sempre stata grande, naturalmente. Ad oggi, rispetto alla crisi economica, il settore agricolo pare essere quello che meno ne ha risentito. In concreto si sono potuti pensare dei progetti di sviluppo interessanti. A questo proposito, dobbiamo ricordare che la Camera si è fatta promotrice e ispiratrice della creazione di un distretto agroalimentare del vino, con lo scopo e la funzione non solo di esaltare il processo che porta sulla tavola un prodotto di alta qualità come il vino del nostro Oltrepò, ma anche di sfruttare al meglio questa caratteristica del territorio, che faccia da apripista alla valorizzazione di altre produzioni dell'Oltrepò".

#### **Qualche esempio?**

"Abbiamo una grande zona collinare vitata, la più ampia d'Italia con un riconoscimento del marchio di

qualità: sono quasi 12 mila ettari di vigneti. Ciò che forse è mancato in questi anni è un'adeguata promozione dei nostri prodotti fuori dai confini provinciali, che sono troppo ristretti per soddisfare le legittime aspettative dei nostri viticoltori. Dobbiamo quindi farli conoscere al di fuori dei confini provinciali e forse anche nazionali. Ci vuole un percorso di promozione e valorizzazione del vino 'made in Oltrepò' anche in Paesi come quelli della UE o anche oltre, negli USA, dove può essere apprezzata la nostra qualità. Ma questa è solo una fase del processo. Noi, infatti, abbiamo anche una fascia 'costiera' pianeggiante dell'Oltrepò, che va dal Po alla Via Emilia, in cui vi sono coltivazioni orticole di notevole pregio, come la cipolla dorata di Voghera, la patata o il peperone. Queste devono essere valorizzate e inserite in una giusta ottica di promozione di un territorio intero che, attraverso le sue produzioni agricole e il patrimonio enogastronomico che ne deriva, può puntare a una valorizzazione turistica di tutto il territorio. L'Oltrepò di pianura, di collina e di montagna può essere un grande bacino per catturare una richiesta di turismo compatibile con un ambito naturale sostanzialmente ancora incontaminato, fruibile da tutte quelle masse di cittadini (penso a Milano, Torino e le altre città della Pianura Padana) che sono a un tiro di schioppo dall'Oltrepò e potrebbero godere di queste bellezze naturalistiche".

#### **Analogo discorso, quindi, si potrebbe fare per il nascente distretto del riso?**

"Esatto. Per la Lomellina e il Pavese la Camera di Commercio si è fatta promotrice di un costituendo distretto di filiera del riso che ha lo stesso scopo. Riconosciuta la valenza e la capacità di quel prodotto (ricordo che la nostra è la prima provincia risicola, non solo in Italia, ma addirittura in Europa), dobbiamo usare il riso per valorizzare tutte le altre produzioni tipiche del territorio. Di più: ciò non deve avvenire solo in

***Di fronte alla crisi economica  
la Camera di Commercio risponde  
"I punti cardine del nostro impegno:  
favorire l'innovazione nelle imprese,  
semplificazione amministrativa,  
apertura per le aziende all'estero"***



un'ottica di promozione delle produzioni agricole, ma di recupero e valorizzazione di tutto quello che è l'ambiente rurale della Lomellina e del Pavese. Il discorso vuol essere assai più ampio e sistemico. Noi abbiamo alcuni tra i più bei castelli della Lombardia, abbiamo delle cascine storiche di impianto medievale, abbiamo percorsi di vie di fede, segnati da basiliche come Santa Maria Maggiore a Lomello, l'Abbazia di Acqualunga, la Pieve di Velezzo, Sant'Albino a Mortara... che possono essere ottimi biglietti da visita per l'offerta turistica. Un biglietto da visita per incominciare a proporre un pacchetto turistico che consenta di far conoscere e valorizzare un territorio per buona parte ancora incontaminato, fruibile in tutte le sue eccezionalità”.

**Con l'Expo questo discorso assume anche maggiore pregnanza e urgenza.**

“Di sicuro quest'offerta turistica è rivolta anche all'imminente Expo, e dico imminente perché il 2015 è dietro l'angolo. Bisogna attrezzarsi ed

essere pronti per realizzare pacchetti che possano essere interessanti ed allettanti per i turisti e per tutti gli operatori, i quali dovranno stabilire con anticipo i loro piani all'interno dei mesi di questo evento. Ci rendiamo conto che il momento difficile non consentirà grossi investimenti in infrastrutture in provincia, ma siamo certi che potremo essere in grado - se saremo coesi e preparati - di catturare tanti turisti che se rimangono nell'area metropolitana milanese rischiano di far implodere il sistema. In mezz'ora o poco più, questi turisti possono venire da Milano in Oltrepò o in Lomellina ed apprezzare quanto di bello e di naturalistico è ancora presente nel nostro territorio”.

**Il distretto di filiera come chiave per il rilancio turistico è una risorsa su cui la**

**Camera si concentrerà nei prossimi mesi?**

“E' esattamente l'impegno che ci siamo presi. La creazione del distretto non si risolve tutta nel promuovere il riso o nel promuovere il vino: come ho detto, il vino deve trainare il salame di Varzi e altri prodotti ancora, ma deve soprattutto trainare il percorso di valorizzazione dei castelli dell'Oltrepò, per esempio. Una cosa che già in Lomellina siamo riusciti a fare, e che vorremmo fare anche in Oltrepò, è convincere i proprietari di questi bei manieri, di questi splendidi palazzi storici, ad aprirsi verso un'offerta al pubblico, come avviene in Francia e in Germania”.

**Trasformarsi in agriturismi?**

“Per esempio, ma anche solo in luoghi visitabili. Ci sono giardini splendidi chiusi dai cancelli. Nessuno lo sa. Ci sono luoghi eccezionali che se fossero fruibili da parte del pubblico in modo continuo, seppur controllato, potrebbero anche generare degli utili per i proprietari, abbassando i costi vivi per il loro mantenimento. Quei beni peraltro, lasciatemi dire, non sono beni solo privati e personali, perché rappresentano la memoria storica di un luogo e di una comunità, la memoria di generazioni del passato che dev'essere portata a conoscenza delle nuove generazioni. Un Paese che si dice essere il quinto o il sesto tra le economie più avanzate, deve avere una

memoria del proprio passato, che è fatto di ruralità, di agricoltura, di corti e cascine. I nostri antenati, tranne pochi casi, sono legati

alla terra”.

**Un legame che si può usare anche come elemento di marketing?**

“Io sono orgoglioso della mia origine agricola e credo che sia un punto importante la preservazione di questa memoria storica. E questo è il punto essenziale. Sotto l'aspetto della valorizzazione, poi, attraverso la diffusione sui mercati dei nostri prodotti agricoli, possiamo far sì che il grande pubblico conosca anche questa attività rurale e questo patrimonio culturale, e così possa visitare e infine conoscere dal vivo le bellezze del territorio in cui si trova”.

**A proposito di turismo, è di questi giorni l'apertura dello IAT, lo sportello di accoglienza turistica a Pavia.**

“Uno sportello che finalmente sta decollando. Abbiamo lavorato negli ultimi mesi con l'Assessore provinciale alla partita, la professoressa Renata Crotti, e con l'Assessore al turismo del Comune di Pavia ed anche vicesindaco, Gianmarco Centinaio. Anche questo è un primo passo: lo sportello IAT che si apre nel Palazzo del Broletto in Piazza Vittoria, dev'essere il primo punto di riferimento, tra altri punti che dovranno aprirsi in tutta la provincia, come luogo

di informazione e di conoscenza per il turista, affinché capisca e comprenda da subito quanto c'è di bello nella nostra provincia”.

**Come dovrebbe organizzarsi, secondo lei, questa rete di sportelli informativi?**

“Noi abbiamo in provincia alcuni punti di captazione del turismo che sono fondamentali: penso alla Certosa di Pavia, con oltre un milione di visitatori all'anno, o a Piazza Ducale a Vigevano, con oltre 500 mila visitatori. Spesso i turisti vengono a vedere la Piazza, prendono un caffè in uno dei bar sotto i portici e poi tornano a casa. Invece Vigevano deve diventare la porta di accesso della Lomellina. Così come è mortificante il fatto che il milione di presenze alla Certosa si tramuti in alcune migliaia di biglietti staccati ai Musei Civici di Pavia. C'è un gap che dev'essere assolutamente superato. Ed è qui che si innesta anche la collaborazione con tutte le altre categorie: il turista che alla domenica viene a Pavia o a Vigevano, deve trovare degli esercizi commerciali attivi, bar, trattorie, vetrine illuminate, negozi aperti possibilmente. Perché da cosa nasce cosa. Capisco bene che si possano creare, per le attività commerciali, dei problemi, tuttavia in altri territori e in altre località i negozi alla domenica sono aperti e alla fine lavorano molto di più che durante la settimana”.

**Cambiamo argomento. A fine settembre si è svolto alla Camera un convegno dal titolo “La mobilità di persone e merci nell'area pavese a confronto con Milano e Corridoio 24”. Il tema è di grande attualità in questi mesi.**

“La Camera di Commercio ha, tra le proprie finalità, quella di suscitare stimoli e incentivi per lo sviluppo economico territoriale. Per esempio, abbiamo tenuto a fine novembre un convegno sulla conciliazione, che è uno strumento di risoluzione dei conflitti tra imprese assai economico, efficace e rapido. Uno strumento che miglio-

ra le condizioni di lavoro per gli imprenditori. Mentre qualche settimana prima ci siamo occupati, appunto, di logistica e intermodalità. Un convegno seguitissimo e molto interessante. Ma soprattutto esso ha rappresentato il risultato di un lavoro iniziato anni fa e che ha portato (a fine novembre) all'inaugurazione del Polo logistico intermodale di Mortara, forse la più grossa opera infrastrutturale che sia stata realizzata in provincia negli ultimi trent'anni".

#### **Un'inaugurazione attesa da tempo.**

"Ricordiamoci che è stato un investimento di quasi cento milioni di euro, buona parte dei quali dovuti alla lungimiranza e alla capacità di comprendere quanto fosse necessario questo Polo logistico da parte della Fondazione Banca del Monte di Pavia e del suo Presidente, Aldo Poli. Il vedere questo fascio di binari dal quale si dipartiranno molte attività e da cui discenderanno altri vantaggi economici, è stato sicuramente un momento di legittima emozione e di orgoglio per chi ha creduto in questo progetto. La Camera di Commercio, a suo tempo, aveva partecipato alla costituzione di questa società ed è ancora rappresentata nel consiglio di amministrazione e dunque ha creduto di organizzare un convegno per fare un punto della situazione. Ebbene, il convegno ha portato a riconoscere come fosse davvero strategico quell'investimento proprio a Mortara, che è il punto nevralgico di incontro tra due degli assi prioritari stabiliti dall'Unione Europea: il corridoio 5, da Lisbona a Kiev, e il corridoio 24, dalla Liguria a Rotterdam. Quest'ultimo, come si intuisce, evita alle navi di circumnavigare la Penisola Iberica: significa riduzione dei costi e velocizzazione delle merci. E Mortara è più vicina alla Baviera di quanto non lo sia Rotterdam; quindi, come dicevo, nel convegno si è rimarcato il ruolo strategico della felice scelta di Mortara come intersezione tra i due corridoi prioritari per la UE".

**Anche la nascita di questo**



#### **Polo s'inserisce in un progetto di rilancio più ampio?**

"Sappiamo bene che un fascio di binari non è sufficiente per il rilancio dell'economia. Ma consideriamo l'aspetto principale della scelta fatta: da oggi può diminuire di molto l'utilizzo del trasporto su gomma, con un grande vantaggio per la tutela ambientale e la riduzione dell'inquinamento acustico. La ricaduta va a vantaggio ancora della possibilità di utilizzare il territorio circostante anche per scopi turistici. In secondo luogo, ci auguriamo che attorno a questo fascio di binari possano sorgere notevoli capannoni

***"Il Polo logistico di Mortara è stato un grande investimento, lungimirante e strategico per il futuro: da quel fascio di binari nasceranno altre opportunità per aziende che guardano all'estero"***

dediti alla logistica e che quindi diano occupazione e rilancio dell'economia a un territorio che ne ha bisogno".

#### **Autunno Pavese. L'edizione del 2009 è stata un po' il suo esordio come presidente della Camera. Come è andata?**

"Un indubbio successo, oltre ogni più rosea previsione: 25 mila presenze in quattro giorni sono un risultato notevole. Mi ha fatto molto piacere, poi, che nelle 'schede sondaggio' che abbiamo chiesto di compilare al pubblico vi sia stata una maggioranza schiacciante di giudizi positivi. Inoltre, è per noi importantissimo il gradimento e la soddisfazione espressa da parte degli operatori presenti, che hanno lavorato a pieno ritmo e sicuramente venduto molti prodotti nei giorni della fiera. Un incentivo a proseguire, naturalmente, e uno stimolo per tutti a realizzare altre manifestazioni, anche al di fuori del Palazzo delle Esposizioni, in un'ottica che la Camera persegue perveramente di valorizzazione e promozione di tutte le produzioni della provincia, non solo agricole ma produttive e commerciali in ogni ambito".

#### **In conclusione, una nota dolorosa: la scomparsa dell'ingegner Piero Bellani.**

"Una nota davvero dolorosa. Ma voglio qui dedicare un ricordo ad un amico che era stato eletto vicepresidente della Camera di Commercio non più tardi di un paio di mesi fa e che ci ha lasciati in maniera improvvisa, tanto che la notizia del suo decesso ci ha profondamente colpiti, proprio in quanto inaspettata. L'ingegner Bellani era uomo buono, probo e capace. Ha sempre lasciato un'impronta di signorilità e di correttezza in tutto il suo operare. Anche in Camera di Commercio lo ricordiamo per quel suo modo signorile di affrontare i problemi, sempre con un sorriso sulle labbra, anche quando si affrontavano le tematiche più difficili. A lui va un sentito e grato ricordo per la sua opera".



Il 31 dicembre 2009 scade il primo triennio dell'Accordo di Programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo (AdP), sottoscritto nel 2006 da Regione Lombardia e dal Sistema Camerale lombardo. Si tratta del più importante e innovativo strumento utilizzato negli ultimi anni dalle Camere di Commercio lombarde nell'ambito



# L'Accordo di programma: un'esperienza positiva

a cura di Alessandro Scaccheri e Danilo Rossini

della loro azione promozionale. Tale accordo ha sancito l'alleanza strategica tra Regione Lombardia e Sistema Camerale e disegna un quadro di collaborazione ampio, basato sui criteri della sussidiarietà e del partenariato. Con questa iniziativa congiunta, Regione Lombardia e Sistema Camerale individuano come prioritaria la sfida della competitività, da affrontare con

un'azione in cui la Regione si assume il compito di regia e di governo e le Camere di Commercio quello di interpreti dei bisogni e degli interessi economici sul territorio, chiamando anche altri soggetti locali a collaborare.

Tale collaborazione ha nello sviluppo economico e

***Dalla collaborazione tra Regione e Camere di Commercio lombarde è nata un'iniziativa innovativa e di successo che può rappresentare un esempio anche per l'intero sistema camerale italiano***

nella crescita della competitività del sistema lombardo l'obiettivo forte ed unificante, che guida scelte strategiche, priorità ed azioni.

Il giudizio della Camera di Commercio di Pavia, in linea con quello di tutto il sistema camerale lombardo e di Regione Lombardia, è decisamente positivo.

A partire dal 2007, infatti,

l'Accordo di Programma ha rappresentato la leva principale attraverso cui la Camera di Commercio di Pavia è intervenuta sull'economia del territorio. Ciò, in quanto tale Accordo consente di raddoppiare, o addirittura triplicare, le risorse impegnate dall'ente con quelle messe a disposizione dalla Regione.

Tra il 2007 e il 2009 la Camera si è attivata su tutti gli assi di intervento previsti dall'Accordo, impegnando risorse per una serie di bandi proposti dalla Regione o da Unioncamere Lombardia e presentando autonomamente proposte progettuali coerenti con i fabbisogni espressi dal sistema economico locale. In questi tre anni la Camera ha sviluppato una intensa attività progettuale, propositiva e realizzativa sul territorio, generando un ammontare di investimenti pari a oltre 8 milio-

**Tab. 1 Interventi in AdP per città (2006-2009, in milioni di euro)**

Milano	58,8
Brescia	15,8
Bergamo	15,7
Varese	12,8
Como	8,9
Lecco	8,4
Pavia	8,4
Mantova	7,6
Monza e B.	6,0
Cremona	5,7
Sondrio	4,7
Lodi	2,8
Indistinto	98,0
<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>253,7</b>

ni di euro (tab. 1). Operativamente l'Accordo si sviluppa in un Piano di azione su 7 assi di intervento (tab. 2):  
 Innovazione;  
 Internazionalizzazione;  
 Promozione del territorio e ambiente;  
 Modernizzazione azione amministrativa;  
 Interventi per artigianato e micro-impresa;  
 Promozione attrattività mercato lombardo;  
 Sistema infrastrutturale.

Dall'attivazione dell'Accordo sono state approvate iniziative e progetti per oltre 250 milioni di euro (oltre il 90% delle risorse programmate sul periodo 2006-2009) ed ulteriori approvazioni sono in fase di definizione. Il sistema camerale ha contribuito con 92 milioni, la Regione

**Tab. 2 Accordo di Programma 2006-2009  
Assi di intervento**

#### ASSE 1 Innovazione

Supporto alle singole imprese per processi di innovazione tecnologica, organizzativa e gestionale, al fine di rafforzare le competenze e le capacità del proprio capitale umano e, nel contempo, attivare adeguati strumenti finanziari nella gestione dei processi innovativi.

#### ASSE 2 Internazionalizzazione

Supporto sia all'impresa (ad es. accompagnamento all'estero, informazioni di programmi di finanziamento comunitari, promozione di forme aggregate di imprese per la commercializzazione all'estero ecc.) sia di sistema (ad es. promozione di comparti o funzioni specialistiche e di eccellenza o di sistemi territoriali come i distretti).

#### ASSE 3 Promozione del territorio e ambiente

Azioni integrate miste pubblico-private di riqualificazione e di marketing territoriale, iniziative a supporto di realtà di eccellenza (come sistema fieristico, turismo, sistema delle culture, trasporti, ricettività ecc.) e interventi in grado di contribuire alla qualità e sostenibilità dello sviluppo del tessuto socioeconomico locale.

#### ASSE 4 Modernizzazione azione amministrativa

Misure finalizzate a favorire la competitività del sistema attraverso adeguati processi di modernizzazione dei rapporti tra Pubblica Amministrazione, imprese e utenti (ad es. progetti nella logica dell'e-government)

#### ASSE 5 Interventi per artigianato e micro-impresa

Azioni e interventi specificamente progettati per questo settore (anche trasversali rispetto ai quattro assi precedentemente definiti) da concretizzare tramite strumenti dedicati quali ad esempio la "Convenzione tra Regione Lombardia e Unione Regionale delle Camere di Commercio della Lombardia per la promozione e lo sviluppo delle imprese artigiane (soprattutto progetti territoriali e di filiera)

#### ASSE 6 Promozione attrattività mercato lombardo

Promozione e sviluppo di progetti di marketing territoriale, nell'ambito dei quali valorizzare le destinazioni turistiche, le vocazioni agricole e le filiere agroalimentari della Lombardia e, più in generale, del territorio regionale, riservando particolare attenzione alle specificità locali.

#### ASSE 7 Sistema infrastrutturale

Misure finalizzate a costruire strumenti di supporto alla programmazione delle infrastrutture.

Lombardia con 145 milioni e ulteriori 13 milioni provengono da altri soggetti (Province ecc.). Circa 90 milioni di euro di provenienza regionale sono stati destinati direttamente a progetti locali o ad iniziative regionali ma con esplicita ricaduta sulle imprese delle singole province; altri 46 milioni (in particolare per le iniziative sull'artigianato) hanno riguardato iniziative indistinte a livello regionale e comunque in gran parte con ricadute dirette sulle imprese dei vari territori. Le iniziative hanno riguardato prevalentemente i temi dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e dell'artigianato (tab. 3). Tutte le Camere di commercio lombarde sono state pienamente coinvolte.

Ci sono certamente degli aspetti da migliorare ed altri da mettere a punto ma è indubbio che grazie all'Accordo di programma il coordinamento delle iniziative a favore del sistema economico da parte di Regione e Sistema Camerale lombardo ha fatto un salto di qualità. Tale convergenza di contenuti e finanziamenti

**Tab. 3 Interventi in AdP per settore (2006-2009, in milioni di euro)**

Innovazione	108,6
Internazionalizzazione	58,7
Promozione del territorio e ambiente	29,8
Modernizzazione Pubblica Amm.	3,5
Artigianato e micro impresa	34,5
Marketing territoriale	16,7
Sistema infrastrutturale	1,8
<b>TOTALE</b>	<b>253,7</b>

ha infatti reso gli interventi a supporto dello sviluppo economico locale molto più efficaci.

Oggi la condivisione di questa positiva esperienza ha già consentito l'attivazione di un proficuo confronto volto alla messa a punto di un nuovo modello di accordo di Programma ancora più efficiente e funzionale. Attualmente l'ipotesi allo studio prevede l'accorpamento degli attuali 7 Assi di intervento in soli 3 nuovi Assi (tab. 4) - Competitività delle Imprese, Competitività dei Territori, Politiche per le Microimprese e la Cooperazione - e la definizione di nuove modalità operative tese ad uno snellimento dell'iter procedurale per giungere ad una maggiore efficacia e celerità nella realizzazione degli inter-

venti discendenti dall'AdP a favore dell'intero tessuto economico regionale.

In conclusione, è auspicabile che nei prossimi mesi sia possibile giungere a una definizione delle nuove modalità di funzionamento dell'Accordo di Programma, che consentano di dare continuità operativa a questo essenziale strumento a sostegno dello sviluppo economico del territorio lombardo. Porre impegno in questa direzione è utile non solo a garantire condizioni più agevolate ed efficienti per le azioni di supporto alla competitività delle nostre imprese ma anche affinché l'Accordo di programma lombardo possa diventare una buona pratica, un modello per tutte le Regioni e per l'intero sistema camerale italiano. Un simile esempio di successo non può e non deve restare ancora a lungo un'eccezione nel nostro Paese, che ha bisogno di sviluppare in tempi brevi la capacità di fare squadra, ottimizzando le risorse pubbliche finalizzate allo sviluppo economico.

**Tab. 4 Ipotesi nuovo Accordo di Programma Assi di intervento**

#### ASSE 1 Competitività delle Imprese

Comprende tutte le azioni finalizzate ad accrescere la competitività del sistema delle imprese, attraverso azioni di sostegno a progetti particolarmente innovativi promossi dalle imprese e dalle loro aggregazioni. I filoni di intervento riguardano innovazione tecnologica di prodotto e di processo, innovazione organizzativa, internazionalizzazione, accesso al credito.

#### ASSE 2 Competitività dei Territori

Comprende le azioni tese a migliorare la competitività dei territori, agendo sulla presenza di servizi e sulle dotazioni infrastrutturali (fisiche ed immateriali) che favoriscono lo svolgimento delle attività economiche, accrescendone il grado di efficienza. Favorisce lo sviluppo dell'attrattività dei territori in una logica di marketing territoriale capace di attrarre nuovi investimenti.

#### ASSE 3 Politiche per le Microimprese e la Cooperazione

Comprende le azioni rivolte a soddisfare le esigenze specifiche di determinate categorie di imprese (start up, artigiane, cooperative) che richiedono un approccio particolare: politiche per il sostegno di nuova imprenditorialità, per il trasferimento d'azienda, per l'accompagnamento in politiche per l'innovazione e l'avvio di presenza sui mercati internazionali ecc.





# Dati Excelsior 2009: ancora un anno difficile

## Lavoro a Pavia: termometro sotto-zero

Excelsior è l'indagine nazionale realizzata dall'Unione delle Camere di Commercio Italiane e dal Ministero del Lavoro per conoscere da vicino il mondo del lavoro visto dal punto di vista delle aziende. Una vera e propria cartina di tornasole che rispecchia le politiche occupazionali delle aziende italiane, riprese dalla viva voce degli imprenditori che spiegano le loro intenzioni di assunzione nell'anno.

Ma non solo, Excelsior ci dice molto di più. Si tratta di un'indagine a campione che ritrae anche il fabbisogno di profili professionali presso le imprese intervistate, il livello di istruzione richiesto, l'età e il genere preferiti, l'esperienza che si esige, i contratti offerti, le difficoltà di reperimento riscontrate, la necessità di ulteriore formazione, ecc.

Attraverso il progetto Excelsior, inserito tra le statistiche ufficiali con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale, vengono interrogate circa 100 mila imprese con almeno un dipendente, per conoscerne in modo analitico i piani occupazionali per l'anno in corso. I dati, in tal modo raccolti, forniscono una conoscenza aggiornata, sistematica ed affidabile della consistenza e della distribuzione territoriale, dimensionale e per attività economica della domanda di lavoro espressa dalle imprese, nonché delle principali caratteristiche delle figure professionali richieste.

In un momento di congiuntura così sfavorevole, conoscere le intenzioni degli imprenditori in tema di assunzioni significa avere il polso del loro reale sentiment;



vuole dire cioè, essere in grado di soppesare l'entità della loro capacità di investimento in risorse umane, per capire se l'economia si avvia verso un periodo di ripresa concreta oppure se stagna ancora intorno ad un prudente atteggiamento di attesa.

Sapere che gli imprenditori decidono di assumere, rimpinguando i ranghi del loro personale, significa che credono in un prossimo recupero dell'economia reale. Al contrario, scoprire che essi si trincerano dietro un indugio circospetto potrebbe indicare che

**Il bilancio occupazionale dell'anno chiude i conti in rosso. Cresce la richiesta di laureati e lavoratori con esperienza. Inoltre, le aziende pavesi puntano sulla formazione dei neoassunti**

di Elisabetta Morandotti  
non ci sono abbastanza elementi per poter davvero sperare che l'uscita dalla crisi si veda come una luce in fondo al tunnel.

## Conti in rosso per il mercato del lavoro pavese

Secondo gli imprenditori della provincia di Pavia, nel 2009 il bilancio occupazionale si chiude in rosso. Un netto disavanzo contraddistingue il rapporto tra assunzioni e fuoriuscite dal circuito del lavoro: a fronte di 3 mila 580 entrate (4,1% il tasso) sono previste per fine anno 5 mila 40 uscite (5,8%) per un saldo negativo di 1.460 unità lavorative che si perderanno (-1,7%). Il decremento occupazionale previsto per la provincia di Pavia nel 2009 è notevole e mostra un trend in netto peggioramento negli ultimi anni. Tra i settori il dato peggiore è quello dell'industria in senso stretto (-2,6%), che non conferma il dato positivo conseguito lo scorso anno e continua il processo di depauperizzazione delle risorse umane; seguono a ruota il commercio, che contribuisce alla dispersione di risorse umane con un dato simile (-2,4%), le costruzioni (-1,1%) e gli altri servizi (-0,5%). Anche il comparto artigianale, così tanto importante per l'economia pavese, accusa un colpo serio al suo budget occupazionale: nel 2009 la dispersione di forza lavoro arriverà addirittura al -2,2%, pari a 280 persone in meno rispetto all'anno scorso. Il dato sintetico provinciale è peggiore del risultato medio registrato in Lombardia (-1,5%) ma migliore di quello italiano, anch'esso negativo (-1,9%). Analizzando i macro comparti settoriali vediamo che l'industria rinuncia quest'anno a 950 perso-

ne mentre i servizi contribuiscono negativamente con -510 unità lavorative.

Maglia nera ai **settori**: alimentare, tessile e abbigliamento, legno e carta, con complessivamente 240 posti di lavoro in meno; seguono la chimica e la gomma, le industrie che lavorano i minerali, quelle dei mezzi di trasporto e dell'energia, con -180 persone, e quelle della fabbricazione dei macchinari industriali ed elettrodomestici con uno sbilancio negativo tra entrate e uscite di -140 lavoratori. Nei servizi, il commercio e le riparazioni raggiungono le peggiori performance con 340 posti di lavoro bruciati in un anno.

#### Assunzioni sotto la lente

Delle 3.580 nuove leve che nel 2009 entreranno nei ranghi delle aziende pavese, **2.900** avranno un posto di lavoro con carattere di **stabilità** mentre le restanti **680** saranno **stagionali**.

**Nell'industria troverà impiego il 29%** del totale assunti nell'anno mentre il restante **71%** verrà **assorbito dal terziario**. Nelle imprese più grandi (con almeno 50 dipendenti) troverà posto il

49% dei nuovi assunti mentre in quelle più piccole (con massimo 9 dipendenti) farà ingresso il 36% di loro e il restante 15% sarà assunto dalle medie imprese (da 10 a 49 dipendenti).

**I profili più richiesti** nell'ambito delle assunzioni stabili sono principalmente ascrivibili alla categoria delle **professioni del commercio e dei servizi** (30,5%, il trend è in crescita rispetto agli ultimi anni). Al secondo posto nei programmi di assunzione degli imprenditori vi è la necessità di operai specializzati (17,8%, in questo caso il dato è in linea con quello degli ultimi anni).

Di seguito le professioni tecniche (15%) e a seguire poi, con la stessa proporzione (12%), gli impiegati e i conduttori di impianti.

Scendendo nel dettaglio l'analisi Excelsior ci informa che **le professioni più gettonate** all'interno della categoria prevalente, sono quelle degli addetti alle vendite al minuto, seguite dai professionisti dei servizi sanitari e di quelli personali. Tra gli operai i più ricercati sono quelli delle rifiniture edili, mentre fra i tecnici, quelli specializzati nell'amministrazione e nell'organizzazione guidano la classifica, seguiti dai paramedici.

In provincia di Pavia è più significativa (68%) che altrove in Lombardia (52%) l'incidenza degli inquadrati come operaio o apprendista e viceversa meno rappresentata (32% contro il 48% lombardo) la porzione di neoassunti inserita come dirigenti, quadri o impiegati. Si nota però una tendenza verso la convergenza del fenomeno pavese con quello rilevato nella realtà regionale, poiché il primo dato è in flessione rispetto al recente passato mentre il secondo risulta in crescita.

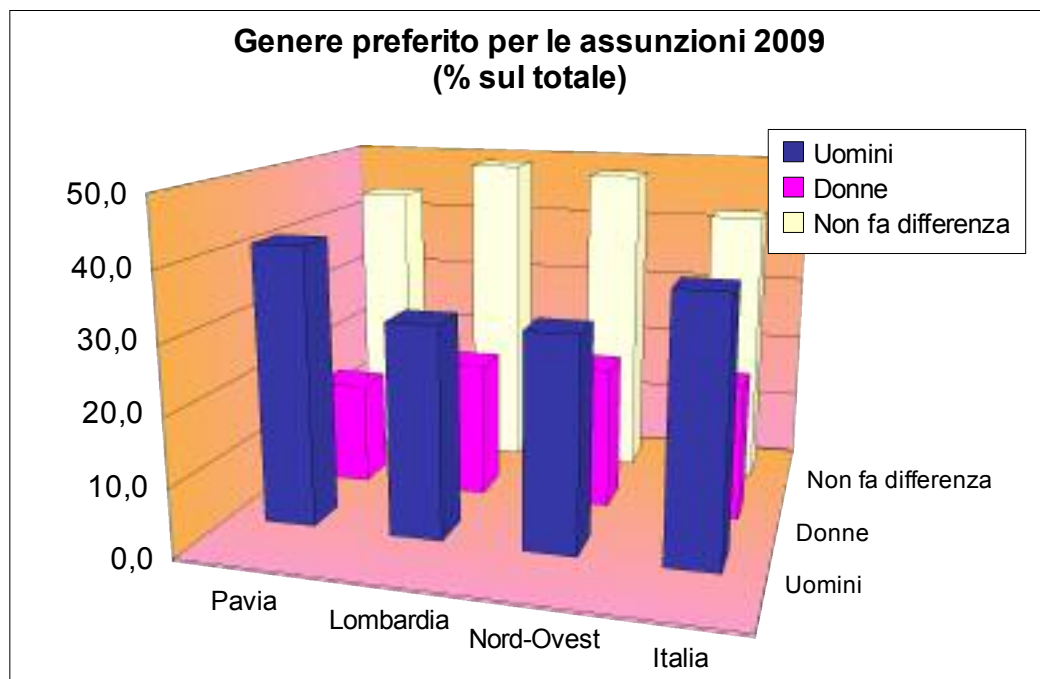
#### Conta di più la pratica o la grammatica?

L'indagine Excelsior consente anche di indagare quali titoli di studio gli imprenditori richiedono ai candidati e quale livello di esperienza viene domandato loro e considerato necessario a garantire la padronanza delle varie professionalità.

**Nel 2009 cresce la quota di laureati richiesta in provincia (9%)** rispetto al precedente biennio, così come la quota di diplomati (44%), a discapito della porzione di new entry che possiedono la qualifica professionale (16%, dato in flessione di dieci punti percentuali).

**Le aziende pavese esigono il requisito dell'esperienza di lavoro dal 53% dei nuovi candidati** nel loro complesso: al 25% è domandata nella professione per cui si concorre e al 28% specifica nello stesso settore; così pure al 33% del totale bastano uno o due anni al massimo mentre al 20% viene richiesto oltre il biennio di bagaglio lavorativo già acquisito.

Se questo è il comportamento generale dichiarato dalle imprese pavese, gli orientamenti si polarizzano però in considerazione della



professione che si va a svolgere, del titolo di studio posseduto e del settore economico a cui appartiene l'imprenditore intervistato. Infatti, l'esperienza diventa indispensabile per il 58% dei nuovi tecnici, per il 62% dei neo conduttori di impianti e per il 72% dei nuovi operai specializzati, mentre è richiesta con minor frequenza nel caso degli impiegati (49%) e dei commerciali (40%).

Gli industriali sono mediamente più sensibili alla necessità che i candidati abbiano maturato un'esperienza pregressa specifica di lavoro (63%) mentre gli imprenditori del terziario lo sono leggermente meno (48%). Lo conferma l'atteggiamento che essi hanno verso i diplomati che devono avere un background di competenze acquisite sul campo nel 57% dei casi per gli industriali, mentre la fetta scende al 46% per il terziario. Le posizioni si invertono però se si considerano i laureati, per i quali gli industriali chiedono esperienza nel 49% dei casi mentre i manager dei servizi lo fanno nel 78% delle frequenze. E ancora, si distinguono gli industriali pavese del cuoio e delle calzature oltre a quelli dell'industria

metallurgica e delle costruzioni, che sentono fortemente il bisogno di esperienza in capo ai loro candidati: oltre sette su dieci devono vantarla fino ad arrivare agli otto su dieci del comparto edile.

Excelsior, nel 2009, ci permette di approfondire l'indagine anche in relazione al comportamento che gli imprenditori adottano nei riguardi dell'esperienza richiesta ai laureati triennali. Pare che non ci sia ancora un significativo livello di fiducia nel grado di "prontezza al lavoro" degli studenti che hanno terminato il primo grado di studi universitari: dai  $\frac{3}{4}$  di loro viene infatti preteso il requisito dell'esperienza lavorativa specifica.

### Tutti in regola!

Dei 3 mila 580 neo assunti in provincia di Pavia, il 38,5% avrà un contratto a tempo indeterminato mentre il 54% sarà assunto a tempo determinato. Rispetto a quanto rilevato mediamente in Lombardia la quota di assunti stabilmente è inferiore (in Regione la percentuale è del 41%) mentre la quota di precari è superiore in provincia (in Lombardia la percentuale è del 49%). Di questa fetta di nuovi ingressi a Pavia, il 19% ha natura determinata o stagionale, il 14% è finalizzato alla copertura di un picco di attività, l'11,5% è rivolto alla prova di nuovo personale, il 10% risponde al bisogno di sostituire personale assente e il 5% inizierà in apprendistato. Nell'industria pavese molti di più rispetto al dato medio, il 44%, beneficeranno di contratti senza termine, ma anche una porzione più grande, il 21%, sarà soggetta all'evoluzioni del mercato, perché reclutata per coprire periodi di intensa attività. Nel comparto dei servizi, si distinguono i trasporti/credi-

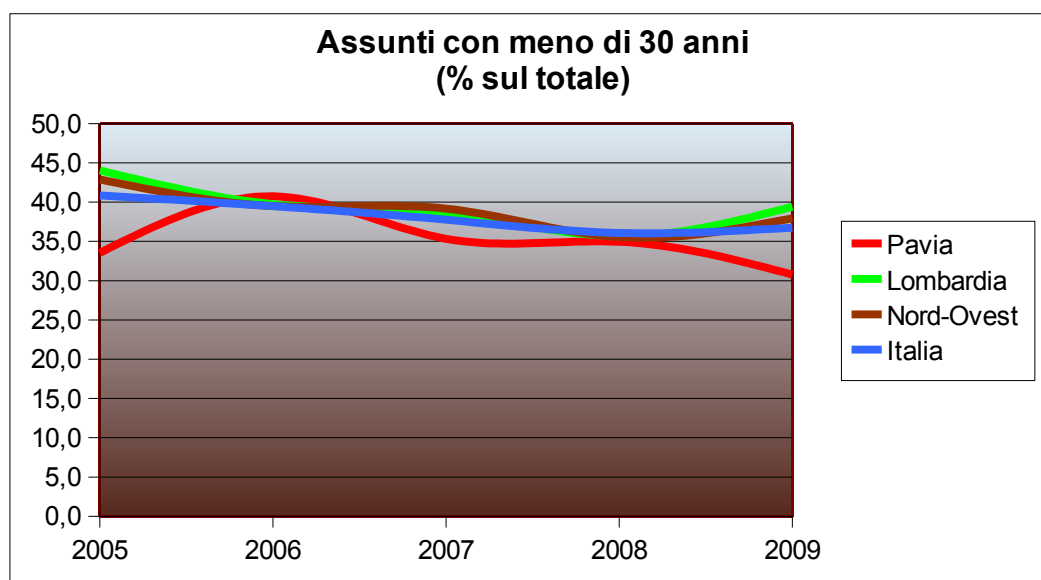
to e i servizi alle imprese che garantiscono un impiego senza termine a più della metà dei mille nuovi reclutati nell'anno. Entro la fine del 2009 sarà assunto con contratto senza scadenza il 36% del totale reclutato nei servizi.

### Assumere oggi, che fatica...

Oltre alle connotazioni di qualità che caratterizzano i programmi di assunzione degli imprenditori, l'indagine Excelsior permette di approfondire anche alcuni aspetti critici delle politiche occupazionali in atto.

Esaminiamo per esempio le difficoltà incontrate in provincia nel ricercare sul mercato le risorse necessarie.

Eccetto l'anno scorso in cui il fenomeno ha subito una lieve recrudescenza, negli ultimi anni gli imprenditori pavese per i loro programmi occupazionali esprimevano sempre più soddisfazione per i minori problemi di reperimento della figura adatta. Segue questa scia l'andamento del 2009 in cui assistiamo ad un ulteriore alleggerimento delle criticità: **le assunzioni difficili saranno quest'anno il 23% del totale (35% nel 2008 e 31% nel 2007).**





L'artigianato evidenzia anche un dato migliore: 16%.

Le difficoltà diminuiscono soprattutto nelle imprese di costruzioni, che registrano percentuali in caduta rispetto all'anno precedente e pari al 5,5% delle loro assunzioni (55% un anno fa), e in generale nelle micro-imprese (26% contro il 50% dell'anno scorso). Tra le professioni che sono più facili da reperire nel 2009 rispetto all'anno precedente troviamo gli operai specializzati, che passano da un 53% ad una quota difficoltosa del 16%.

La situazione delle nostre imprese da questo punto di vista appanna un po' la tendenza avuta negli ultimi anni in cui le aziende della provincia avevano rimesso molta fiducia nella qualificazione del personale reclutato, giudicandolo sempre più preparato al momento dell'assunzione (in questa chiave poteva essere letta la flessione registrata dal fattore "mancanza di qualificazione", nelle interviste dell'ultimo triennio, che motivava gran parte delle assunzioni difficili). Nel 2009 questa variabile spiega una quota maggiore di assunzioni difficili, che arriva al 39% (34% nel-

l'anno 2008).

Anche la concorrenza tra imprese rimane un elemento critico che motiva quest'anno molto più che in passato la ridotta disponibilità del profilo ricercato sul mercato: nel 2009 è considerato in questo senso il 37% delle assunzioni stabili contro il 34% dell'anno precedente. Ancora poco sentito è il problema legato alle insufficienti motivazioni economico-professionali che vedeva ridursi - molto di più l'anno scorso - la disponibilità di candidati, per ragioni legate allo status, alla retribuzione e alla carriera.

#### Non si finisce mai di imparare

Gli imprenditori pavesi mantengono viva la loro attenzione sul tema della formazione: essi ritengono che 7 assunti su 10 nel 2009 necessitino di affiancamento o abbiano bisogno di seguire corsi. Questa porzione è massima se si tratta di professionisti intellettuali ad elevata specializzazione (oltre il 92% è ritenuto da formare), ma si mantiene comunque sopra la media per professionisti tecnici (81%) e commerciali (77%).

Analogamente, l'atteggiamento rimane invariato se si fa riferimento all'istruzione delle new entry: gli imprenditori pavesi sono convinti che sia utile far seguire corsi o affiancare personale aziendale all'84% dei neolaureati reclutati nell'anno e al 71% dei diplomati.

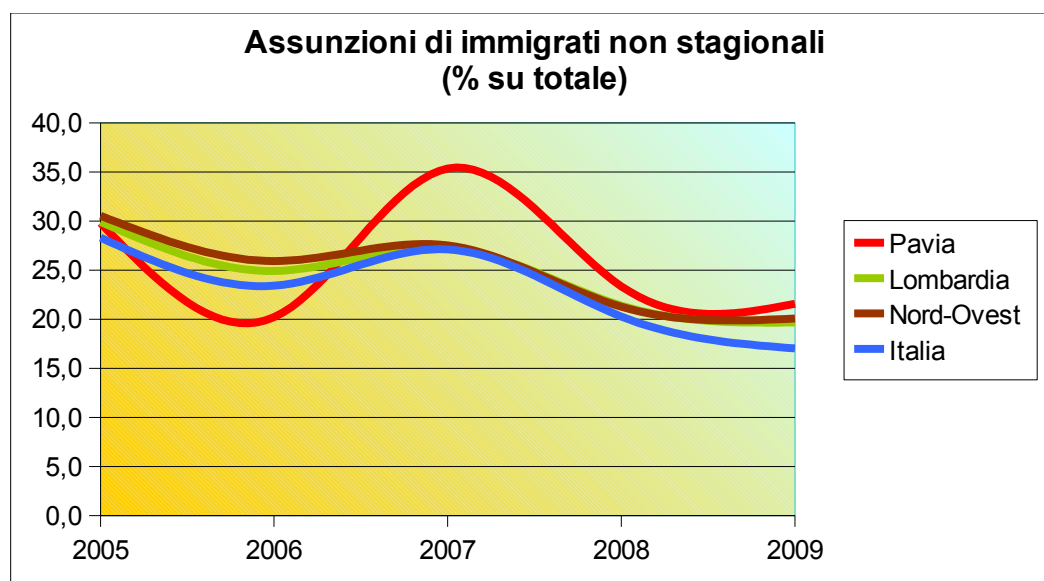
Un altro argomento che vede le aziende pavese costantemente impegnate nell'investimento in aggiornamento professionale del personale in forza all'azienda, è quello della formazione continua.

Il 27% degli imprenditori pavesi è attento a questo aspetto del percorso lavorativo dei propri dipenden-

ti. I dati degli ultimi cinque anni vedono costantemente crescere questo rapporto, anche nel mondo artigiano (25%), anche se lievemente sotto-dimensionato nell'industria rispetto al settore terziario.

La sensibilità delle imprese provinciali verso la filosofia del lifelong learning cresce con le dimensioni aziendali. Se consideriamo, infatti, la fascia dimensionale più ampia (cioè le aziende con almeno 50 addetti) questa attitudine aumenta, fino ad accomunare mediamente 65 imprenditori ogni 100 (dato che sale al 69% nel terziario, con picchi di quasi del 71% nel comparto dei servizi alle imprese, trasporti e credito). In un anno aumenta anche il numero di persone coinvolte in iniziative di formazione attivate internamente all'azienda, passando dal 18% del 2006 a oltre il 20% del 2007 fino al 24,5% del 2008. Questa porzione è massima nelle aziende terziarie (32%, ultimo dato del 2008) mentre è minore, ma stazionaria rispetto ad un anno prima, nell'industria (16%).

Maggiori informazioni su [www.pv.camcom.it](http://www.pv.camcom.it)





# Settimana della Conciliazione, un'edizione nazionale

Anche quest'anno la Camera di Commercio di Pavia – da tempo costantemente impegnata nella promozione capillare degli strumenti alternativi alla giurisdizione ordinaria (cd ADR) – ha aderito all'appuntamento italiano annuale per la promozione e la diffusione della conciliazione. Dal 19 al 24 ottobre, si è tenuta infatti la sesta edizione della “Settimana Nazionale della Conciliazione”.

La conciliazione – come assiduamente ribadito – è lo strumento, per definizione, alternativo alla giurisdizione ordinaria per risolvere in tempi brevi e a costi contenuti le controversie commerciali tra imprese e tra imprese e consumatori. In vista di tale appuntamento

l'Unioncamere Nazionale ha messo a punto i materiali per i vari canali di comunicazione e d'informazione dell'iniziativa.

Duplice l'obiettivo generale perseguito da tale attività d'informazione: istituzionale, al fine di far conoscere sempre di più il Servizio di conciliazione del Sistema Camerale, mettendone in risalto le sue caratteristiche ed il suo funzionamento; culturale, per soddisfare i bisogni informativi dei potenziali utenti della conciliazione, sottolineandone opportunità e vantaggi. Nello specifico l'attività di promozione del Servizio conciliativo delle Camere di Commercio - svolta contestualmente a livello nazionale e locale - è stata diretta ad un pubblico sempre più vasto: piccole e medie impre-

***La campagna del 2009 ha puntato sulle Piccole e Medie Imprese, che possono trarre grandi benefici dall'utilizzo di questo strumento. La gratuità del servizio è uno dei suoi punti di forza***

di Maria Lucrezia Pagano

se, consumatori, avvocati e commercialisti. Il format ideato a livello centrale ha previsto una serie di azioni e la realizzazione di un kit di strumenti promozionali utili per informare i medesimi soggetti sui vantaggi e sulle caratteristiche del Servizio.

La campagna informativa di quest'anno ha dedicato molta attenzione alle PMI – che possono trarre consistenti benefici dall'utilizzo delle procedure conciliative nelle controversie fra imprese. Ha puntato, inoltre, a diffondere a 360° il messaggio della 'gratuità della conciliazione': difatti, il Servizio di conciliazione delle Camere di Commercio è stato offerto gratuitamente per entrambe le parti -

## Convegno “Nuove vie per l'Arbitrato dopo la riforma. L'Arbitrato amministrato”.

La Camera di Commercio di Pavia – in collaborazione con la Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale di Milano – ha organizzato nella giornata di martedì 20 ottobre 2009 alle ore 15.00, presso la sede del Collegio Nuovo di Pavia in via Abbiategrasso 404, un Convegno gratuito dal titolo “Nuove vie per l'arbitrato dopo la riforma. L'arbitrato amministrato”. Grande è stato il successo di pubblico che ha quasi completamente riempito l'aula, dovuto in particolare al prestigio dei relatori ed alla preziosità delle loro relazioni.

Difatti, l'evento ha previsto - dopo un saluto introduttivo del Presidente dell'Ente Camerale - le relazioni del Prof. Michele Taruffo e del Prof. Avv. Paolo Benazzo, circa le problematiche aperte dalla riforma del 2006 e le nuove potenzialità con riferimenti specifici all'arbitrato in materia societaria, bancaria e finanziaria. Inoltre, tale appuntamento, indirizzato ai professionisti ed agli operatori del mercato, è risultato finalizzato a diffondere e ad approfondire la conoscenza dell'arbitrato amministrato, offerto dall'Istituzione pavese e la cui rilevanza è incrementata dal riconoscimento conferito dal nuovo articolo 832 del Codice di procedura civile.

L'arbitrato amministrato è da considerare uno degli strumenti più appropriati ed efficaci di risoluzione delle controversie. Tale caratteristica dipende dalla sua capacità di conseguire nel contempo obiettivi di indipendenza e professionalità da parte degli arbitri, nonché di controllo dei tempi e dei costi dei procedimenti.

Al riguardo, il Presidente della Camera di Commercio, Giacomo de Ghislanzoni Cardoli, ha affermato: “Auspico che tutti gli strumenti di giustizia alternativa trovino sempre più spazio nella nostra società. A tal proposito, la Camera di Commercio di Pavia con l'offerta dei propri Servizi arbitrali e conciliativi vuole essere un punto di riferimento per una gestione sempre più efficace, rapida e soddisfacente delle controversie commerciali”.



imprese e consumatori - che abbiano presentato la domanda nella settimana dal 19 al 24 ottobre 2009, alle seguenti condizioni: per le controversie con un valore massimo di 50.000 euro; indipendentemente dall'esito, positivo o negativo, dell'incontro di conciliazione; con esclusione delle conciliazioni in materia di diritto societario. Le spese sostenute dalle Camere di Commercio per gestire i procedimenti di conciliazione verranno rimborsate, attraverso il canale di Retecamere, dall'Unioncamere Nazionale – secondo quanto previsto dal Tariffario Unico allegato al Regolamento di Conciliazione, adottato uniformemente su tutto il territorio nazionale dal 2005.

A tal proposito, l'edizione di quest'anno ha presentato questa importante novità: al fine di conseguire un maggiore impatto nell'azione promozionale, la procedura utilizzata gli scorsi anni – basata sulle adesioni da parte delle singole Camere – è stata sostituita da un'iniziativa svolta a livello nazionale. Unioncamere Lombardia è stata chiamata, infatti, a svolgere una funzione di raccordo tra la Rete Camerale Lombarda e l'Unione Nazionale. La condivisio-

ne di un progetto di sistema in questo caso specifico si potrà tradurre – oltre che in un miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza, conseguenti alla creazione di economie di scala – anche in un rafforzamento del ruolo camerale nel rapporto con le istituzioni e gli stakeholders, in quanto i promotori si presentano con un'immagine coerente e comune a tutte le istituzioni coinvolte. In particolare, quest'anno l'adesione della Camera di Commercio di Pavia si è incentrata sulla veicolazione del materiale informativo promozionale predisposto e, per l'appunto, sulle “conciliazioni gratuite”. L'Ente camerale pavese, a tal proposito, ha rilevato l'opportunità che – proseguendo nel solco di un percorso già attivato negli anni scorsi, al fine di una maggior promozione dello strumento conciliativo – l'iniziativa venga estesa ai primi 25 procedimenti depositati anche oltre la Settimana Nazionale, purchè l'istanza non sia depositata oltre il 31 dicembre 2009. Tale iniziativa promozionale è stata veicolata per il tramite di apposite locandine cui si è data una capillare diffusione grazie all'inserimento nei principali settimanali locali. E, grazie a tale iniziativa, il Servizio conciliativo locale sta avendo un ritorno soddisfacente, peraltro ancora in corso.

Del resto nell'intervista del 25 ottobre scorso rilasciata dal Presidente della Camera di Commercio di Pavia, Giacomo de Ghislanzoni Cardoli, al giornalista della Provincia Pavese che lo interrogava su quali fossero le garanzie offerte dal Servizio di conciliazione, così rispondeva: “Le Camere di Commercio hanno istituito – a seguito delle funzioni di cui sono investite in base alla legge n.580/93 – una rete di servizi di qualità, organizzata sulla base di regole, codici di comportamento e tariffe omogenee a livello nazionale. Da sempre, le Camere dedicano particolare

cura alla formazione dei funzionari che si occupano della gestione del servizio e alla preparazione professionale dei conciliatori”.

In conclusione, è utile sottolineare che – nell'ambito della Settimana – l'Unioncamere Nazionale, con l'Uncitral ed il Consiglio Nazionale Forense, il 22 ottobre scorso ha organizzato un convegno su “La conciliazione in materia civile e commerciale”. Intento dell'interessante iniziativa è consistito nell'approfondire i vantaggi del ricorso allo strumento di risoluzione stragiudiziale delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e nel porre un punto fermo sulle procedure attuate a livello internazionale.

L'importanza dell'iniziativa è messa in risalto dalla massiccia adesione dei partner alla manifestazione. Spiccano infatti tra i partecipanti all'incontro del 22 ottobre il Primo Presidente della Corte d'Appello di Roma, Giorgio Santacroce e il Presidente del Consiglio Nazionale Forense, Guido Alpa. Mentre gli interventi conclusivi sono stati affidati ad Angelino Alfano, Ministro della Giustizia e a Ferruccio Dardanella, che è Presidente dell'Unioncamere Nazionale.



# Controversie, risolverle presto e bene

**Il seminario sulla Conciliazione svoltosi a Pavia, il 26 novembre scorso**

Presso la Camera di Commercio di Pavia si è svolto, nella giornata di giovedì 26 novembre 2009, un incontro gratuito dal titolo "La conciliazione delle controversie commerciali: quale ruolo per la Camera di Commercio, quale utilità per il mondo delle professioni".

L'interessante iniziativa ha inteso porre, ancora una volta, l'attenzione sulla presentazione dello strumento conciliativo camerale - al fine di promuovere la conoscenza di quest'ultimo nonché dei vantaggi che esso offre alle parti. Il seminario è stato realizzato in collaborazione con la Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale di Milano, istituzione con la quale il confronto è costante nonché ricco di spunti interessanti - anche sul fronte dell'arbitrato.

Tale appuntamento - dedicato agli aspetti positivi della conciliazione amministrata dalle Camere di Commercio - si è posto proprio nell'ottica di creare i presupposti per un'ulteriore sinergia per diffondere, più in generale, gli strumenti di risoluzione delle controversie alternativi alla giurisdizione ordinaria.

Da tempo le Camere di Commercio - a seguito delle funzioni di cui sono investite in base alla Legge 580/93 - offrono alle imprese ed agli operatori il Servizio di Conciliazione, per la risoluzione efficace e soddisfacente delle controversie commerciali. A tal proposito, da sempre le Camere dedicano particolare cura alla promozione del Servizio conciliativo camerale, nonché alla formazione dei funzionari che si occupano della gestione del medesimo. La conciliazione è infatti uno strumento nel quale il Sistema Camerale investe da anni le proprie risorse, convinto della

necessità di dover dare ad imprese, professionisti e consumatori un'opportunità per risolvere le controversie commerciali risparmiando tempo e denaro e, soprattutto, cercando di preservare i rapporti d'affari tra le parti.

Come noto, la Camera di Commercio di Pavia è stata ed è costantemente impegnata nella valorizzazione degli strumenti alternativi di risoluzione delle controversie, in particolare nella diffusione di una 'cultura conciliativa' di base.

Sinora è stato però questo un difficile percorso, e - mancando, per l'appunto, una 'cultura conciliativa' di base - ad oggi il volume delle conciliazioni svoltesi nell'ambito locale rimane ancora circoscritto. Nella consapevolezza che la strada da fare è ancora lunga, l'incontro è stato pertanto un'occasione particolarmente importante per cercare di proseguire il cammino insieme alle altre Istituzioni - principalmente i Tribunali e gli Ordini Professionali - ed ai professionisti che rivestono un ruolo strategico, essendo i primi punti di riferimento per i cittadini e per le imprese nell'ambito dei diversi stadi delle controversie. Peraltro si è sottolineato, anche nel prosieguo, l'importante ruolo del professionista, quale consulente della parte nel procedimento di conciliazione.

Venendo al dettaglio dell'iniziativa, per l'appunto destinata principalmente ai professionisti, dopo i

saluti di importanti personalità, come il Presidente facente funzione del Tribunale di Pavia, Cesare Beretta ed i Presidenti degli Ordini Professionali di Pavia, sono seguiti gli approfondimenti sulle caratteristiche della conciliazione e sulle tecniche conciliative, anche alla luce dei recenti sviluppi normativi; alcuni cenni generali sul Servizio di conciliazione camerale e, da ultimo, ha preso la parola un conciliatore presso l'Ente camerale pavese. In particolare il seminario ha costituito l'occasione per discutere dello schema di Decreto Legislativo in materia di mediazione di recentissima approvazione. E' emerso come quest'ultimo, introducendo - tra le molte novità - il tentativo obbligatorio di conciliazione in una pluralità di settori, abbia gettato sul tavolo possibilità di sviluppo dello strumento conciliativo che sembrano aprire nuovi scenari. Sul punto, si è concluso con la speranza che vengano apportati gli indispensabili correttivi in sede di definizione del provvedimento stesso.

In conclusione è emerso, inoltre, l'auspicio di tutti che la conciliazione e la figura del conciliatore trovino degna cittadinanza nel nostro sistema e che la soluzione conciliativa - soprattutto camerale - entrando a regime sia quella giusta non solo per l'immediato ma anche per il futuro.

Al riguardo, il Presidente della Camera di Commercio, Giacomo de Ghislanzoni Cardoli, ha ribadito: "In generale, sono convinto che la strada del potenziamento della giustizia alternativa è quella giusta per portare a soluzione l'annoso problema della lentezza della giustizia civile nel nostro paese".

## Il programma del seminario

Saluti delle autorità

**La conciliazione: caratteristiche generali dello strumento**

Nicola Giudice, Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale di Milano

**Le tecniche di composizione dei conflitti e i recenti sviluppi normativi**

Francesca Cuomo Ulloa, CIRC - Università degli Studi di Pavia

**L'esperienza dei Servizi di Conciliazione del Sistema Camerale**

Maria Lucrezia Pagano, Camera di Commercio di Pavia

**Conciliatore tra passione e interesse**

Laura Sambartolomeo, Conciliatore presso la Camera di Commercio di Pavia

Dibattito e conclusioni





# Il decreto anti-crisi: i vantaggi per le PMI

di Paolo Tonalini - Notaio

*La Camera di Commercio di Pavia in questo particolare momento difficile per le imprese resta al loro fianco sostenendole e supportando la loro capacità competitiva per aiutarle a superare la critica congiuntura economica.*

*Tante sono le misure messe in campo dalla Camera per far fronte alle crescenti richieste del mondo economico locale: dal bando per la stabilizzazione dei posti di lavoro che intende favorire la valorizzazione e la non dispersione del capitale umano in azienda, a Confiducia, il fondo di garanzia del credito bancario, erogato tramite il sistema dei Confidi. Dai bandi che annualmente finanziano diverse iniziative (certificazioni di qualità, partecipazione ad eventi fieristici o di partenariato) alle iniziative a favore dell'innovazione, finanziate sull'Accordo di Programma in partecipazione con la Regione e il sistema camerale lombardo.*

Gli interventi previsti dal cosiddetto decreto anti-crisi (decreto legge 78/2009, convertito nella legge 102/2009) e dall'accordo firmato il 3 agosto 2009 tra l'Associazione Bancaria Italiana e le associazioni degli imprenditori, vanno in due direzioni: dare più tempo alle piccole e medie imprese per rimborsare i debiti verso le banche (anticipazioni su crediti, mutui e leasing) e favorire la ricapitalizzazione delle società, attraverso agevolazioni fiscali e nuovi finanziamenti da parte delle banche.

## **Sospeso il rimborso dei finanziamenti bancari**

L'accordo tra l'Associazione Bancaria Italiana e le associazioni degli imprenditori, firmato il 3 agosto con l'intervento del Ministero



dell'Economia, consente alle piccole e medie imprese di chiedere alle banche la sospensione del rimborso dei debiti nella fase più difficile della recessione economica, in presenza di alcuni requisiti. Le imprese hanno tempo fino al 30 giugno 2010 per presentare la richiesta alla propria banca.

Il beneficio consiste:

- a) nell'allungamento fino a 270 giorni delle scadenze del credito a breve termine riferito ad operazioni di anticipazione su crediti certi ed esigibili;
- b) nella sospensione per 12 mesi del pagamento della quota capitale dei mutui;

***Allungate le scadenze dei crediti, sospesi i pagamenti per le quote capitale dei mutui e dei leasing mobiliari e immobiliari. Agevolazioni fiscali per le imprese che intendono ricapitalizzare***

c) nella sospensione per 12 mesi del pagamento della quota capitale implicita nel canone dei leasing immobiliari;

d) nella sospensione per 6 mesi del pagamento della quota capitale implicita nel canone dei leasing mobiliari.

La sospensione del pagamento della quota capitale riguarda le rate che devono ancora scadere, o che sono già scadute da non più di 180 giorni (e non sono state ancora pagate, o sono state pagate solo in parte) alla data di presentazione della domanda di sospensione. La sospensione del pagamento non riguarda però gli interessi, che devono essere regolarmente pagati alle rispettive scadenze nella misura prevista. In pratica, il beneficio consiste nella riduzione temporanea dell'importo da pagare per le rate dei mutui, dato che per un anno si pagano solo interessi e non si rimborsa il capitale. Al termine del periodo di sospensione, l'impresa riprenderà il rimborso del capitale, e quindi tornerà a pagare le rate "piene", nell'importo originario. La durata complessiva del finanziamento risulterà dunque prolungata di un anno (o sei mesi per i leasing mobiliari).

Il beneficio della sospensione del pagamento non deve avere alcun costo per l'impresa che lo richiede. L'accordo, infatti, prevede espressamente che la sospensione del pagamento non possa comportare l'aumento dei tassi di interesse (rispetto al contratto originario), né l'applicazione di interessi di mora. Le banche non possono neppure addebitare alle imprese commissioni o spese di istruttoria, né richiedere garanzie aggiuntive rispetto a quelle già previste per il



finanziamento originario. Queste agevolazioni si applicano solo alle piccole e medie imprese, cioè alle imprese o società con meno di 250 dipendenti, con un fatturato inferiore a 50 milioni di euro o un attivo di bilancio non eccedente i 43 milioni di euro. Sono però escluse le imprese che, alla data del 30 settembre 2008, avevano già debiti in sofferenza, partite incagliate o ristrutturare, o addirittura procedure esecutive in corso. Dopo che l'impresa ha presentato la richiesta di sospensione, la banca apre un'istruttoria richiedendo le informazioni e raccogliendo la documentazione necessaria per valutare la situazione dell'impresa. Se l'impresa è in regola con i pagamenti, la richiesta si intende accolta, salvo rifiuto esplicito e motivato (che dovrebbe essere limitato a casi eccezionali). In presenza di ritardi nei pagamenti non superiori a 180 giorni, la banca potrà invece concedere la sospensione a propria discrezione, se riterrà presenti le condizioni per la continuità dell'impresa. Sono sempre esclusi dalle agevolazioni i finanziamenti che già beneficiano di contributi pubblici, sia in conto interessi, sia in conto capitale.

### Ricapitalizzare la società

Per favorire la ricapitalizzazione delle piccole e medie imprese, il governo ha promosso due tipi di agevolazioni, che operano sul piano finanziario e fiscale. L'aumento del capitale sociale è favorito anzitutto dall'accordo del 3 agosto scorso, siglato tra l'Associazione Bancaria Italiana e le associazioni degli imprenditori, che prevede che le banche finanzino la ricapitalizzazione delle piccole e medie imprese mediante prestiti di importo multiplo della somma messa a disposizione dai soci per l'aumento di capitale. L'accordo prevede che la banca conceda il finanziamento per un importo "multiplo" della somma versata di tasca propria dai soci. Ciò significa che la banca finanzia un importo pari almeno alla somma versata dai soci, e magari

anche del doppio, triplo, quadruplo e così via, a discrezione della banca. Per esempio, se un socio ci mette 100 mila euro, la banca gli potrà concedere un mutuo di almeno altri 100 mila euro, in modo che il socio possa sottoscrivere l'aumento di capitale per un totale di 200 mila euro, oppure potrà concedere un finanziamento di almeno 100 mila euro direttamente alla società. Le condizioni del prestito (tasso di interesse, durata, garanzie, etc.), dovranno essere contrattate con la banca, e dipenderanno dalla situazione patrimoniale dell'impresa e dei singoli soci.

Le società che attueranno l'aumento di capitale potranno inoltre beneficiare delle agevolazioni fiscali introdotte dal decreto anti-crisi (art. 5 comma 3-ter). L'agevolazione consiste nella possibilità di dedurre dal reddito d'impresa, per cinque anni, un importo pari al 3% degli aumenti del capitale sociale (comunque non superiori a 500 mila euro complessivi) perfezionati tra il 5 agosto 2009 e il 5 febbraio 2010. L'operazione si intende perfezionata con la sottoscrizione dell'aumento di capitale, cioè con l'assunzione da parte del socio dell'obbligo di versare la quota di

capitale, e non con la semplice deliberazione dell'aumento da parte della società.

La deduzione fiscale dal reddito d'impresa della società avviene nel periodo d'imposta in corso al momento della sottoscrizione dell'aumento di capitale e nei quattro successivi. L'agevolazione si applica solo agli aumenti di capitale sottoscritti da persone fisiche, quindi se tra i soci ci sono delle società non si può tenere conto della quota di aumento del capitale da loro sottoscritta.

L'agevolazione fiscale riguarda solo le società (di ogni genere) e non le imprese individuali. L'aumento di capitale deve sempre essere formalizzato mediante modifica dello statuto o dei patti sociali, con l'intervento di un notaio. Sono dunque esclusi dal beneficio i finanziamenti dei soci alla società, i versamenti in conto capitale o a fondo perduto eseguiti dai soci, la destinazione di utili a riserva e il passaggio di riserve a capitale (cosiddetto aumento gratuito del capitale). L'aumento di capitale può avvenire mediante conferimenti in denaro o in natura (immobili, attrezzature, partecipazioni, crediti). Le modalità esecutive dell'aumento di capitale sono diverse secondo il tipo di società, ma sono comunque piuttosto semplici.

Nelle società di persone, normalmente, occorre il consenso di tutti i soci. Nelle società di capitali l'aumento del capitale può essere deliberato dall'assemblea dei soci a maggioranza, secondo le previsioni dello statuto, ma ciascun socio è libero di sottoscrivere o meno l'aumento di capitale. Chi non sottoscrive, naturalmente, vede ridurre proporzionalmente la propria percentuale di partecipazione al capitale sociale, quindi avrà diritto a meno utili e conterà meno al momento di votare in assemblea. Al momento della sottoscrizione deve essere versato almeno il 25% del capitale, mentre la parte rimanente sarà versata solo quando gli amministratori ne faranno richiesta, secondo le esigenze della società.



# Un premio regionale per imprese di successo

*Ecco la storia delle tre aziende pavese che hanno ottenuto il riconoscimento*

nostro servizio

Sono imprese lombarde di successo, quelle che negli ultimi cinque anni continuano a crescere e che si sono distinte per sviluppo aziendale, innovazione, internazionalizzazione, presenza femminile e giovanile nella compagine societaria o tra i dipendenti, salvaguardia e valorizzazione del territorio di riferimento.

A questo proposito è stato indetto un concorso dal Comitato Punto Nuova Impresa, su una iniziativa di Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia, Formaper, azienda speciale della Camera di Commercio di Milano, Asso-lombarda, Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della provincia di Milano. Il concorso, chiamato "Premio Impresa di Successo" ha la finalità di promuovere storie di impresa, attraverso l'operato di imprenditori che abbiano saputo distinguersi per l'avvio e la gestione di imprese "di successo" e che abbiano usufruito dei servizi offerti dalla rete regionale degli Sportelli Punto Nuova Impresa. Premiate 11 imprese di successo lombarde, alle quali viene conferito un premio monetario di 5.000 euro. Inoltre, ogni Camera di Commercio della Lombardia ha messo a disposizione premi aggiuntivi consistenti in un "pacchetto voucher" per l'acquisto di servizi reali (formazione, assistenza personalizzata, consulenza, ecc.) per lo sviluppo di progetti di crescita, innovazione e internazionalizzazione, del valore economico di 3.000 euro per le seconde classificate e di 2.000 euro per le terze classificate. Hanno partecipato al concorso 81 imprese. Ecco le tre imprese pavese premiate.



## **Primo premio: Tenimenti Castelrotto srl di Montecalvo Verseggia.**

**Motivazione: il primo premio viene assegnato per la capacità dell'azienda nel perseguire una costante crescita in termini di: internazionalizzazione, fatturato, innovazione, rendendola altamente innovativa e competitiva, sia a livello nazionale che internazionale. Ottima la fattibilità economica-finanziaria anche come prospettive future.**

La storia dell'azienda Tenimenti Castelrotto Torti, che produce vini e spumanti di qualità dal 1910, è una storia di famiglia, di vocazione, di tradizione, di colline dai colori unici e di filari arrivati in queste terre dell'Oltrepò Pavese tremila anni fa. Già all'inizio del secolo Giovanni Torti possedeva i vigneti e avviò l'attività. Poi arrivò Enrico, suo figlio, che proseguì l'opera e la consolidò, aprendo la strada verso mercati sempre più interessanti. Oggi è Dino, con la moglie Giusy e le figlie Patrizia e Laura, che tiene le redini dell'azienda di famiglia. Un pool di enologi esperti si occupa della consulenza tecnica, il resto lo fanno l'esperienza e la voglia di continuare a crescere, tenen-

do il passo coi tempi. E i risultati si vedono. A quanto pare, infatti, quei trenta ettari coltivati a uva in località Montecalvo Verseggia, nel cuore dell'Oltrepò Pavese, 60 Km a sud di Milano, e questa famiglia con l'esperienza e la passione per il vino, sono tutto quello che basta per trasformare una piccola azienda familiare in un'impresa di successo. Lo pensa anche la Camera di Commercio di Pavia, che ha insignito l'azienda Tenimenti Castelrotto Torti, del primo premio "Impresa di successo". Del resto, non c'è terra migliore dell'Oltrepò Pavese per la produzione del Pinot nero e della Bonarda. Questi sono i prodotti di punta del territorio, e sono l'orgoglio di questa piccola grande azienda. "Qui il terreno è collinoso, formato da calcari, marne e argille – spiega Dino Torti – mentre il clima, mitigato dalle correnti marittime della Liguria, fresco e ventilato d'estate, rigido e asciutto durante l'inverno, è l'ideale per un buon vino".

Solo la Champagne e la Borgogna hanno una configurazione collinosa, con borghi e campanili a vista, e un succedersi di colori paragonabile a questo mare di vigneti. Qui si coltivano le viti da più di tremila anni e la tradizione del vino è testimoniata da grandi botti in legno, "più grosse delle case", come scriveva Strabone (60 a.C. - 20 d.C.). Fu probabilmente nel medioevo, quando iniziarono a sorgere feudi e castelli, che la qualità dei vini della zona divenne un motivo di vanto dei signori: all'epoca i feudi con le viti che davano il vino più buono, valevano più degli altri. E l'apezzamento su cui risiede adesso la Tenimenti Castelrotto Torti, se ancora ci fossero feudi, castelli e



signori, sarebbe sicuramente un simbolo di prestigio. Oggi la famiglia Torti dispone di terre interamente coltivate a uve selezionate per la produzione di vini pregiati e la cantina dell'azienda è dotata di moderni impianti per la vinificazione, la maturazione e l'invecchiamento di tutti i vini: dalle moderne presse a polmone alle grandi botti, dalle barriques alle modernissime macchine per l'imbottigliamento e l'etichettatura, dalle pupitres alle sale 'dormitorio' dove il vino riposa in attesa di poter esprimere il suo meglio. Proprio in questa porzione di Oltrepò Pavese si svolge la vendemmia più lunga d'Italia: prima si raccoglie il Pinot Nero per gli spumanti, poi le uve rosse come il Barbera, la Croatina e il vitigno della Bonarda. L'intera produzione dell'azienda Tenimenti Castelrotto Torti riguarda vini pregiati D.O.C. da vigneti classici: Pinot Nero, Barbera, Bonarda, Croatina, Moscato. In particolare il Pinot Nero, vinificato in bianco, fermo, vivace, oppure barricato, vinificato in rosso, o ancora spumantizzato con metodo Martinotti e Metodo Talento Classico, è il prodotto che gioca il ruolo da protagonista nella cantina dell'azienda. "Il Pinot nero – precisa Patrizia – è uno dei vini più difficili al mondo ed è la nostra grande soddisfazione. E' stato inserito nella prestigiosa lista dei vini dell'Unico Hotel al Mondo a 7 stelle, l'Al Burj Al Arab di Dubai meglio conosciuto come "La vela". Altri importanti riconoscimenti all'azienda Tenimenti Castelrotto sono stati conferiti da il Gambero Rosso (100 Vini D'Italia), Vinitaly di Verona, Mondial Du Pinot Noir in Belgio e il Wine Excellence UK. E' nella presentazione dei vini dell'azienda ai clienti, in Italia e all'estero, che Dino ha più bisogno del supporto di Giusy e delle competenze di Laura e Patrizia. Sono le due figlie che presentano le caratteristiche dei vini, il packaging, gli abbinamenti, la storia e la cultura da cui nascono questi piccoli gioielli di imprenditoria vitivinicola tutta italiana. Solo loro possono dare il valore aggiunto del tocco femminile all'idea imprenditoriale,



proprio come accade nelle più grandi imprese di successo. E per svolgere al meglio il loro ruolo, un po' marketing e un po' comunicazione, Laura e Patrizia frequentano corsi di aggiornamento e di specializzazione, anche all'estero, visitano fiere nazionali e internazionali, sono attente ai trend del settore del vino. E' grazie a questa strategia di divisione dei settori e delle competenze che l'azienda riesce a crescere a ritmo costante e ad essere dinamica, oltre che sempre attenta alle variazioni dei gusti della clientela. Tutte le intuizioni "in rosa" delle donne di casa Torti hanno dato i loro buoni frutti. Un esempio è la linea "Hello Kitty in Bottiglia" che nasce dal sodalizio imprenditoriale tra Camomilla, il brand italiano licenziatario della gattina giapponese che fornisce il packaging e l'azienda Tenimenti Castelrotto, che ovviamente fornisce il contenuto eccellente. "Si tratta del primo vino dedicato a Hello Kitty ma made in Italy al 100%. "Sono una coppia ben assortita e il loro è un matrimonio felice – afferma Patrizia - Lei è la gattina dal muso simpatico nata a Tokyo, simbolo della moda giovane in Giappone, ma conosciuta in tutto il pianeta, lui è uno dei simboli del Made in Italy, nato nell'Oltrepò Pavese, raffinato ed elegante quanto basta".

A metterli insieme è stata Camomilla S.p.A. azienda leader nel campo degli accessori fondata 25 anni fa da Grazia e Maurizio Belloni, che ha deciso di lanciare i vini di Hello Kitty. I vini della collezione si chiamano rispettivamente Kitty Angel e Kitty Devil: Pinot Nero DOC dell'Oltrepò Pavese per Kitty Devil e vinificato in bianco per Kitty Angel. A questi si affiancano le bollicine del Kitty Brut Rosè e dello Spumante demi-sec Sweet Pink nell'originale formato da 375 ml. L'etichetta è griffata "Hello Kitty styled by Camomilla".

Ma i vini dell'azienda hanno fatto incursione anche nel mondo dello sport maschile per eccellenza: il vino ufficiale dell'Inter, con tanto di packaging dedicato, è dei Tenimenti Castelrotto. La squadra ha scelto il vino Doc firmato Torti per la confezione celebrativa del Centenario, composta da una bottiglia di Spumante Brut Metodo Martinotti e due bottiglie di Pinot Nero Doc.

Se non bastasse, l'azienda ha completato l'intero restyling della sua produzione, con scelte innovative, come i vini San Bacchino dotati di etichetta e legenda scritte con caratteri braille. Insomma non manca niente: qualità, attualità, moda e attenzione al sociale.

E mentre mamma e papà lavorano sulla qualità del vino e sulle relazioni umane con la clientela, anche quelle molto importanti, le due figlie mantengono l'occhio vigile anche sui settori trasversali, come il buon cibo, la moda e tutto quello che, un giorno o l'altro, potrebbe sposarsi bene con il loro vino, anche in maniera inaspettata. Del resto il claim di casa Torti, la frase che accompagna il nome dell'azienda in tutti i materiali promozionali è: Wine's Elegance, l'Eleganza del Vino.



## Secondo Premio: Canevari Group di Rivanazzano

Motivazione: per il buon sviluppo aziendale, considerando che è nata come impresa individuale e, nel breve periodo, ha incrementato notevolmente il numero del personale dipendente; l'innovazione su web e per la particolare attenzione all'occupazione giovanile e femminile. Risultano interessanti anche le previsioni future dal punto di vista economico-finanziario.

Paolo Canevari è il titolare della Canevari Group, azienda specializzata nel settore del commercio elettronico al dettaglio e all'ingrosso e il fatturato annuo dell'impresa si aggira attorno al milione di euro. Secondo la giuria camerale che ha assegnato il premio, il merito della Canevari è quello di essere una realtà commerciale estremamente giovane e dinamica, con grandi prospettive per il futuro: gli 8 dipendenti dell'azienda hanno un'età compresa tra i 18 e i 35 anni e 4 di loro sono donne. L'azienda nasce nel 1999 da un'idea di Paolo Canevari sotto il nome di Canevari Antinfortunistica, in concomitanza al sito internet per il commercio di articoli antinfortunistici e antincendio [www.canevarisicurezza.it](http://www.canevarisicurezza.it).

Dal 1999 ad oggi la crescita della Canevari è stata esponenziale e negli anni la gamma è stata ampliata, incorporando la vendita di numerose altre categorie di prodotti inerenti l'utilizzo industriale e lavorativo in genere. Dal pionieristico progetto iniziale di vendere articoli antinfortunistici via internet, nato come una sfida, l'azienda è diventata il punto di riferimento in molti settori merceologici del commercio elettronico. "I nostri punti di forza – dice Paolo Canevari – sono senza dubbio il supporto tecnico, il servizio post-vendita ed il rapporto qualità prezzo".

Nel 2006 la Canevari ha aperto un nuovo canale di vendita ed è nato per questo scopo il sito internet [www.canevaribirra.it](http://www.canevaribirra.it), dedicato al commercio di attrezzature e materie prime per microbirrifici e homebrewer. Anche in questo ambito, la costante ricerca di prodotti e produttori per offrire alla clientela una

gamma sempre più completa, sta portando il sito [www.canevaribirra.it](http://www.canevaribirra.it) nella nicchia dei leader di settore. Nel 2007 la Canevari antinfortunistica sigla un accordo con uno dei più importanti produttori e importatori europei di articoli antinfortunistici, e diventa distributore unico per tutto il territorio italiano. Per l'Italia questa gamma di articoli viene identificata con il marchio Blue Line ed è commercializzata attraverso il sito internet [www.canevariblueline.it](http://www.canevariblueline.it). La Blue Line è composta da un vasto catalogo di prodotti di ottima qualità e dal prezzo altamente competitivo e la sua clientela è distribuita su tutto il territorio italiano: dall'utente privato, al rivenditore, dalla piccola alla media e grande impresa, dagli enti statali a quelli militari.

Ma è solo alla fine del 2007 che nasce una vera e propria azienda chiamata Canevari Group. Pur essendo nuova, la neonata impresa è già un marchio affermato, che incorpora e gestisce con un marchio unico tre siti di e-commerce di successo: [canevarisicurezza.it](http://canevarisicurezza.it), [canevaribirra.it](http://canevaribirra.it) e [canevariblueline.it](http://canevariblueline.it).

Nel 2008 il fatturato aumenta del 25% rispetto al 2007 ed è costituito per il 70 % dalle vendite derivanti dal sito [canevarisicurezza.it](http://canevarisicurezza.it), per il 10% da [canevaribirra.it](http://canevaribirra.it) ed il restante 20% da [canevariblueline.it](http://canevariblueline.it). Un risultato ottimo, considerando la giovane età dell'azienda e il fatto che l'impresa si è sviluppata solamente grazie alle proprie risorse, senza l'aiuto di finanziamenti o di capitali provenienti da grandi imprese. Ma qual è il segreto di tanto successo in così pochi anni? Risponde Paolo Canevari: "Pensiamo che le ragioni del nostro successo siano quelle di avere creduto, già nel 1999, in un sistema di vendita molto all'avanguardia. Oggi, grazie all'esperienza ed il vantaggio acquisito nel corso degli anni, vantiamo una grande visibilità e riconoscimento del marchio rispetto ai nostri competitor, soprattutto quando si parla di commercio elettronico".

Il vantaggio acquisito dalla Canevari Group riguarda soprattutto la disponibilità di prodotti, circa 17.000, che



l'azienda riesce a mettere a disposizione dei suoi clienti e i brevi tempi di consegna, mediamente da 3 a 15 giorni lavorativi. Per gestire al meglio tutti gli aspetti della produzione, della vendita e della comunicazione, via via si sono aggiunte all'organico diverse figure professionali: nel 2001 un addetto per la grafica del sito internet, nel 2003 un addetto all'ufficio acquisti, tra il 2005 e il 2007 due addetti al magazzino e nel 2008 un altro addetto al commerciale ed uno alla contabilità. Inoltre, nel 2007 è stata aperta una nuova sede, dove oggi risiedono gli uffici e il punto vendita per le aziende della zona.

Per quanto riguarda i processi d'innovazione, la Canevari Group è in costante evoluzione: il principale supporto alla vendita sono i siti internet che, da una parte hanno il vantaggio dell'abbattimento dei costi e della gestione più snella, dall'altra richiedono un continuo sviluppo. Già dal 2004 il sito internet è stato corredato di un programma che permette agli addetti di comunicare con i clienti in tempo reale e di capire se ci sono problemi di qualsiasi natura. Tutto questo è fondamentale anche per una forte visibilità dell'azienda nel web, su tutto il territorio nazionale e non solo. E' grazie a questa impostazione che nel 2007 la Canevari Group ha chiuso il primo accordo di distribuzione in esclusiva nazionale per un'azienda francese ed è tuttora in fase di definizione di due nuovi accordi di distribuzione nazionale con un'azienda francese e una tedesca.

"Quello che ci auguriamo per il futuro – dice Paolo Canevari – è di riuscire a creare ulteriori sinergie con le piccole e medie aziende produttrici italiane, mettendole nelle condizione di offrire i propri prodotti, grazie ai nostri siti internet, su tutto il territorio nazionale". Anche per quanto riguarda i competitor l'azienda trae grandi vantaggi dalla vendita online, che frutta il 99% delle vendite complessive: "I motori di ricerca sono il nostro migliore sponsor", è la conclusione di Canevari.

### Terzo premio: Sant'Ambrogio Società cooperativa Sociale Onlus di Vigevano.

Motivazione: il merito dell'impresa è avere avuto nel tempo una notevole crescita, grazie all'apertura di nuove sedi, alla creazione di nuove figure professionali - con una presenza importante di personale femminile e giovanile - e alla realizzazione di nuovi servizi.

Costituitasi nel maggio del 1996 nell'ambito della Diocesi di Vigevano, per iniziativa di un gruppo di genitori appassionati alle problematiche educative già attivi nell'ambito cattolico, la Cooperativa Sant'Ambrogio rientra nella categoria delle cooperative sociali di tipo A e ha sede in via Cilea 3, a Vigevano. I suoi scopi sono quelli di attivare, sviluppare e gestire servizi educativi, socio-assistenziali, sanitari e culturali e di "perseguire l'interesse generale della carità, della promozione umana e sociale in vista dello sviluppo integrale dell'uomo, l'integrazione sociale, l'aiuto e la cura dei soggetti deboli" (dallo Statuto). Sempre affiancando le famiglie nell'educazione dei figli e favorendo la loro partecipazione alla realizzazione di esperienze educative, la cooperativa funziona come realtà che aggrega famiglie sul territorio e le aiuta a condividere esperienze di genitorialità. Tutto questo avviene attraverso momenti di dialogo e confronto con la comunità locale, ecclesiale e con le altre realtà educative presenti nelle vicinanze di Vigevano.

La vocazione educativa della Sant'Ambrogio è l'eredità lasciata dal fondatore, Don Tarcisio Comelli, nato a Gropello Cairoli nel 1932 e ordinato sacerdote nel 1957. Lo strumento usato da Don Comelli, ancora oggi caratteristica distintiva della Cooperativa Sant'Ambrogio, era quello della comunità, intesa come comunione di persone e condivisione di esperienze, in seno all'ideale cristiano. Il "problema educativo", secondo Don Comelli, andava affrontato soprattutto attraverso la proposta di una scuola cattolica. Lui stesso la vedeva come via per realizzare



un luogo di corresponsabilità educativa, di elaborazione e produzione di cultura cristiana, a cominciare dalle famiglie e dai loro bambini.

Partendo da queste premesse, nel giugno 2003 la Cooperativa Sant'Ambrogio ha ottenuto la Certificazione di Qualità ISO per l'erogazione di servizi educativi, formativi, ludici e ricreativi ed è riuscita a creare un'offerta formativa per i bambini, in un percorso di crescita unitario, dall'asilo nido alla scuola primaria e oggi gestisce direttamente i due asili nido "Coccinelle" e "Coccobrillo", il centro gioco Baby Parking "Ghirogio", la scuola d'infanzia "Anna Bandi" e la scuola primaria "Don Tarcisio Comelli", tutti situati a Vigevano. L'asilo nido "Coccinelle" si trova all'interno della Scuola dell'Infanzia Paritaria "Anna Bandi", in via Volontari del Sangue 8 e può accogliere fino a 18 bambini, dai primi mesi a tre anni. All'interno della struttura i bambini possono usufruire di uno spazio per le attività didattiche, una mensa, un'area per il gioco e il movimento e una sala per il riposo pomeridiano. All'esterno la scuola è dotata di un'ampia zona verde, attrezzata a gioco. L'asilo nido "Coccobrillo", insieme al Centro Gioco Baby Parking "Ghirogio", sorge all'interno del "Centro per l'infanzia Negrone", a Vigevano in Corso Milano 4 e può accogliere fino a 25 bambini, sempre dai primi mesi di vita ai tre anni. Qui ampi locali sono destinati al gioco, alle attività didattiche, al pranzo, al riposo e ai servizi accessori, mentre un giardino riparato e attrezzato con giochi da esterno rappresenta la risorsa "verde", ideale per giochi all'aperto e attività a contatto con la natura.

La scuola dell'infanzia "Anna Bandi", situata in via Volontari del Sangue 8 si rivolge a tutti i bambini dai 3 ai 6 anni ed è la risposta al loro diritto all'educazione, proprio come se la immaginava Don Comelli. Per ogni bambino o bambina, la scuola dell'infanzia si pone la finalità di promuovere lo sviluppo dell'identità, dell'autonomia, della competenza e della cittadinanza, tutti valori fondamentali in una prospettiva di educazione al rispetto della comunità e dell'altro, inteso come "prossimo".

A partire dall'anno scolastico 2009-2010 è stato attivato il Centro Gioco 'Ghirogio', gestito dalla Cooperativa Sant'Ambrogio all'interno del 'Centro per l'infanzia Negrone' e riconosciuto dall'Ufficio Scolastico Regionale come sezione distaccata della scuola dell'Infanzia Paritaria "Anna Bandi".

Infine, la scuola primaria "Don Tarcisio Comelli", situata all'interno del Convento dei Frati Cappuccini in via Bretti 13 è una realtà viva e presente sul territorio di Vigevano da molti anni. La scuola prende il nome dal fondatore e garantisce continuità al percorso iniziato dalla cooperativa: accompagna i bambini e i ragazzi lungo il cammino del livello primario della formazione, riaffermando la responsabilità dei genitori per l'educazione dei propri figli.

Nell'intero ciclo scolastico sia gli insegnanti che gli educatori sono tenuti a rispettare alcuni criteri, che costituiscono l'etichetta della Cooperativa Sant'Ambrogio: qualità del servizio offerto, grande passione educativa e motivazione, solida preparazione pedagogica e competenza professionale sostenuta da un continuo scambio e confronto all'interno del team educativo e con altre realtà del territorio. Anche la famiglia è chiamata a partecipare attivamente alla vita della scuola, perché riconosciuta come primo e insostituibile ambito di crescita del bambino, oltre che soggetto con cui condividere la responsabilità educativa, attraverso il dialogo e il confronto, nel rispetto e nella stima reciproca.

Gli altri ambiti operativi della Cooperativa Sant'Ambrogio sono l'assistenza socio-assistenziale in particolare a disabili e anziani in situazioni di fragilità e una rete di servizi rivolti alla comunità: i centri estivi e l'animazione parrocchiale, la scuola dei genitori, la formazione del personale in ambito educativo e pedagogico. Punto di merito della Cooperativa è aver organizzato la propria offerta assistenziale con interventi educativi domiciliari, in modo da preservare il più possibile intatto l'ambiente familiare.

# L'impegno della Camera: un turismo "certificato"

di Maria Lucrezia Pagano

Anche quest'anno la Camera di Commercio ha deciso di proseguire nell'attività di certificazione delle imprese turistiche di Pavia e provincia. Si tratta di un'importante iniziativa, che consolida e rafforza la visibilità dell'ospitalità del sistema turistico pavese. In proposito ricordiamo che il Sistema Camerale Italiano si occupa da tempo della certificazione di qualità delle strutture turistiche dei territori di competenza delle diverse Camere di Commercio.

In particolare - quanto al territorio pavese - negli anni sono state certificate le strutture ricettivo/ristorative e segnatamente:

- agriturismi
- alberghi
- ristoranti.

Con riferimento alle strutture agrituristiche, la loro certificazione è stata possibile dapprima grazie all'adesione dell'Ente camerale pavese al progetto nazionale Marchio di Qualità Ospitalità Italiana che, realizzato in collaborazione con la società di sistema Isnart (l'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) ha consentito l'accreditamento di 5 strutture agrituristiche pavesi; in seguito grazie al progetto "Agroalimentare e qualità: delicatezze in Lombardia", coordinato dall'Unioncamere Lombardia, che ha consentito nel triennio 2006-2008 la certificazione di 17 imprese agrituristiche del territorio pavese.

Pertanto, nell'anno in corso, nella provincia di Pavia sono stati attribuiti i riconoscimenti ad un totale di 22 agriturismi - a garanzia della qualità dei servizi offerti.

In questo contesto è venuto ad

## Agriturismi premiati nel 2009

1. Paideia – Borgo Priolo
2. Agriturismo Vanetta Tania – Campospinoso
3. Agriturismo Il Borgo – Canevino
4. Granai Certosa – Certosa di Pavia
5. Agriturismo Maccarini – Fortunago
6. Castello di Stefanago – Fortunago
7. Agriturismo Raimondi – Garlasco
8. Agriturismo La Vecchia Stalla – Giussago
9. Agriturismo Sant'Andrea – Gropello Cairoli
10. Cascina Venesia – Mezzanino
11. Agriturismo Cella di Montalto – Montalto Pavese
12. Az. Agr. Casa Ré – Montecalvo Versiggia
13. Andi Fausto – Montù Beccaria
14. Agriturismo Campalbino – Ponte Nizza
15. Agriturismo Corte Montini – Santa Giuletta
16. Ca' Versa – Santa Maria della Versa
17. Azienda Agriturbistica Sant'Antonio – Stradella
18. Agriturismo Cascina Legra – Val di Nizza
19. Agriturismo La Collina degli Aceri – Val di Nizza
20. Agriturismo La Sorgente – Varzi
21. Agriturismo Val Tidone Verde – Zavattarello
22. La Casa Dei Nonni – Zenevredo



inserirsi il nuovo progetto pervenuto dall'Unioncamere Lombardia, relativo alla certificazione - anche per l'anno 2010 - degli agriturismi lombardi: tale proposta, prevedendo oltre ai rinnovi per le strutture già certificate anche l'attivazione di un nuovo Bando che permetterà la certificazione di 10 nuovi agriturismi della provincia di Pavia, rappresenta la naturale prosecuzione delle iniziative già avviate e sperimentate sul territorio.

E' questa un'importante opportunità - ampiamente condivisa dalle Camere di Commercio della

Lombardia - cui la Camera di Commercio di Pavia ha aderito con piacere: in particolare al fine di assicurare continuità all'azione di promozione dell'ospitalità turistica di qualità a garanzia dell'utente, nonché per consolidarne e rafforzarne la visibilità.

Peraltro il buon numero delle domande pervenute, nettamente superiore ai posti disponibili, è



indice di sicuro gradimento dell'iniziativa anche da parte delle strutture stesse, che aspirano a fregiarsi del prestigioso riconoscimento – a costo zero per loro, purché siano in possesso dei requisiti richiesti ed in regola con il pagamento del diritto annuale camerale.

Come già anticipato, anche con riferimento ad alberghi e ristoranti, da diversi anni la Camera di Commercio di Pavia realizza – sempre con il supporto tecnico di ISNART – il progetto Marchio di Qualità Ospitalità Italiana, con l'obiettivo di realizzare un elemento distintivo a garanzia della qualità dei servizi offerti anche da tali strutture turistiche pavese. A seguito di tale iniziativa, nel 2009 sono complessivamente 52 le imprese locali – distinte in 15 alberghi e 37 ristoranti – che si fregiano del Marchio di Qualità Ospitalità Italiana.

La positiva conclusione della precedente edizione ha validamente supportato la decisione di proseguire nell'iniziativa di certificazione, al fine di non vanificarne i risultati, continuando così a garantire ai clienti delle strutture ricettive e ristorative una valutazione obiettiva del servizio offerto. Il tutto nell'ottica di promuovere e valorizzare maggiormente all'esterno l'ospitalità turistica pavese, creando occasioni di miglioramento della sua competitività sia dal punto di vista gestionale che promozionale. Infatti, il proseguire in tale iniziativa potrà generare la possibilità di far compiere un ulteriore salto di qualità al gruppo di imprese, che ormai da anni partecipano con positivi risultati all'iniziativa in questione.

Ricordiamo che la nuova edizione dell'iniziativa prevede il rilascio, per l'anno 2010, del Marchio di Qualità Ospitalità Italiana a 25 nuove strutture (in possesso dei requisiti richiesti ed in regola con il pagamento del diritto annuale camerale), con riferimento alle seguenti categorie turistiche:

1. Alberghi
2. Ristoranti, limitatamente alle categorie: 'gourmet' e 'tipico'.

## Alberghi premiati nel 2009

1. Il Castello di San Gaudenzio – Cervesina
2. I Diamanti – Garlasco
3. Dreamotel – Montebello della Battaglia
4. Hotel Locanda Montescano – Montescano
5. Albergo San Michele – Mortara
6. Hotel Moderno – Pavia
7. Hotel Rosengarten – Pavia
8. Albergo Ristorante Selvatico – Rivanazzano Terme
9. Hotel Clementi – Salice Terme
10. President Hotel Terme – Salice Terme
11. Hotel Villa Dei Tigli – Salice Terme
12. Antica Torre Viscontea – San Genesio ed Uniti
13. Plaza Hotel – San Martino Siccomario
14. Petit Hotel – San Martino Siccomario
15. Hotel Italia – Stradella

## Ristoranti premiati nel 2009

1. Al Melograno – Broni
2. Ponte Sesia – Candia Lomellina
3. Ristorante Bazzini – Canneto Pavese
4. Chierico – Carbonara al Ticino
5. Ristorante Ai Colli Di Mairano – Casteggio
6. Hotel Ristorante Le Gronde – Cava Manara
7. Ristorante Mira – Cergnago
8. Il Castello di San Gaudenzio – Cervesina
9. Trattoria Da Lina – Cervesina
10. Ristorante La Gèra – Confienza
11. Cascina Casareggio – Fortunago
12. Le Rubinie Del Po – Linarolo
13. La Verde Sosta – Montecalvo Versiggia
14. Prato Gaio – Montecalvo Versiggia
15. Locanda Montescano – Montescano
16. Colombi – Montù Beccaria
17. Albergo Ristorante Bottala – Mortara
18. Ristorante Il Cuuc – Mortara
19. Trattoria Guallina – Mortara
20. Antica Osteria Del Previ – Pavia
21. La Locanda Della Tradizione – Pavia
22. Locanda Del Carmine – Pavia
23. Osteria Della Darsena – Pavia
24. Osteria La Torre Degli Aquila – Pavia
25. Ristorante Novecentoundici – Pavia
26. Sapori Piacentini – Pavia
27. Albergo Ristorante Selvatico – Rivanazzano Terme
28. President Hotel Terme – Salice Terme
29. Ristorante Enoteca Il Caminetto – Salice Terme
30. Stazione Di Salice – Salice Terme
31. Antica Posteria Dei Sabbioni – San Martino Siccomario
32. Giannino – San Martino Siccomario
33. Ristorante Sasseo – Santa Maria della Versa
34. Kanaia – Sartirana Lomellina
35. Più e Più La Pizzeria – Torricella Verzate
36. Ristorante Pizzeria Primavera – Vigevano
37. Ponte Rosso – Voghera