

# Pavia economica



Camera di Commercio  
Pavia

Quadrimestrale di economia e informazione della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Pavia

2012 - NUMERO 3 - Sped. in Abb. Post. 70% - Filiale di Pavia

IN CASO DI MANCATO RECAPITO RINVIARE ALL'UFFICIO DI PAVIA C.P.O. - DETENTORE DEL CONTO PER LA RESTITUZIONE AL MITTENTE CHE SI IMPEGNA A PAGARE RELATIVA TARIFFA



Foto di Marco Rognoni

## Primo piano

**CAMERA: UNA STORIA  
LUNGA 225 ANNI**

## Economia

**DATI ANCORA NEGATIVI  
LA RIPRESA E' LONTANA**

## Focus

**AUTUNNO PAVESE 2012  
EDIZIONE DA RICORDARE**

## Camera

**IMPRESE STORICHE PAVESI:  
PREMIATE 15 NUOVE AZIENDE**

## Articoli e servizi

## SOMMARIO



Periodico di economia e attualità  
della Camera di Commercio Industria  
Artigianato e Agricoltura di Pavia

Spedizioni in abbonamento postale 70% Filiale di  
Pavia. Aut.Trib. di Pavia n° 2 del 5 luglio 1948

### Direttore

Giacomo de Ghislanzoni Cardoli

### Direttore Responsabile

Cinzia Bargelli

### Coordinamento redazionale

Mario Cantella  
Patrizia Achille

### Comitato di redazione

Patrizia Achille  
Mario Cantella  
Stefano Gatti  
Elisabetta Morandotti  
Danilo Rossini  
Stefano Rubino  
Chiara Scuvera

### Direzione, redazione, amministrazione

Camera di Commercio Industria, Artigianato  
e Agricoltura di Pavia  
Via Mentana, 27 - Tel. 03823931

### Coordinamento editoriale e grafica

e-soul s.r.l. • Viale della Libertà, 11 - Pavia

**Foto di copertina:** Castello di Frascarolo  
Archivio del Castello di Frascarolo

I contenuti degli articoli firmati impegnano soltanto l'Autore.  
La collaborazione è a invito. È consentita la riproduzione  
citandone la fonte.

### LA GIUNTA CAMERALE

#### Presidente

Giacomo de Ghislanzoni Cardoli

#### Settore Agricoltura

Giuseppe Ghezzi

#### Settore Commercio

Pietro Ferretti

#### Settore Turismo

Giovanni Merlini

#### Settore Industria

Paolo Bianchi  
Alberto Cazzani  
Piero Maccarini

#### Settore Artigianato

Stefano Bellati  
Marialisa Boschetti  
Giuseppe Daidone

#### Segretario Generale

Federica Pasinetti

**04** 225 ANNI AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA  
PAVESE

**06** CRISI IN LIEVE ATTENUAZIONE  
MA LA RIPRESA SI ALLONTANA

**09** "IL 2012 UN ANNUM HORRIBILIS",  
LA CRISI VISTA DALLE ASSOCIAZIONI

**10** LA CAMERA RAFFORZA IL PROPRIO  
IMPEGNO A FAVORE DELL'ECONOMIA  
PAVESE

**12** "UN SISTEMA TRIBUTARIO  
CHE PENALIZZA LE AZIENDE"

**14** LA SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E  
IL RUOLO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

**19** DISTRETTO BIOTECH  
OCCASIONE PER PAVIA

**20** SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE  
LE INIZIATIVE DELLA CAMERA

**22** UN PATTO PER IL TERRITORIO PER  
SOSTENERE LE IMPRESE

**31** JOB DAY. LA GIORNATA DEL LAVORO E  
DEL FARE IMPRESA

**32** LA TUTELA DEL MADE IN ITALY

**35** OPERATORI E TERRITORIO INSIEME  
PER LA QUALITÀ

**36** INVESTIMENTI E RICERCA:  
COSÌ SI AFFRONTA LA CRISI

**38** DISTRETTI DEL COMMERCIO  
L'IMPEGNO DI PAVIASVILUPPO

**40** ESTERO: LE INIZIATIVE AUTUNNALI  
DELLA CAMERA DI COMMERCIO

**42** 1786-2012: UN LUNGO PERCORSO  
TRA STATO E MERCATO

**44** "EMERGENTE" A RICCAGIOIA  
TANTI VISITATORI E OPERATORI

**46** IMPRESE STORICHE 2012:  
QUINDICI STORIE DI SUCCESSO



**di Cinzia Bargelli**  
Direttore Responsabile  
di Pavia Economica

## IL CONSIGLIO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

### CONSIGLIO

<b>Giacomo de Ghislanzoni Cardoli</b>	<b>Presidente</b>
Carlo Arata	settore artigianato
Paolo Bianchi	settore industria
Stefano Bellati	settore artigianato
Marialisa Boschetti	settore artigianato
Giancarlo Bravi	settore cooperazione
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
Romeo Iurilli	settore commercio
Piero Maccarini	settore industria
Isa Maggi	settore servizi alle imprese
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
Danilo Semenza	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. Roberto Fedegari	Revisore effettivo
Dott.ssa Paola Beolchi	Revisore effettivo
Rag. Maria Luisa Portaluppi	Revisore effettivo
Dott. Giovanni Battaglia	Revisore supplente
Dott.ssa Milena Angela Bocchiola	Revisore supplente
Dott. Luigi Migliavacca	Revisore supplente

*I dati congiunturali del 2012 confermano la recessione in atto dell'economia pavese insieme con la previsione di un difficile 2013 almeno per il primo semestre. Un presente critico – che ricalca le tendenze di fondo del contesto nazionale - e un futuro incerto, cui occorre guardare con realismo, ma anche con la consapevole volontà di reagire, mettendo a frutto sostegni, misure e progetti già programmati e definiti, come documentiamo su questo numero di Pavia Economica.*

*La Camera ha tradotto tale volontà in un impegno straordinario, incrementando del 10% le risorse dedicate nel 2013 alla promozione dell'economia locale, che in tal modo raggiungeranno i 5 milioni e 567 mila euro. Si tratta di risorse in larga misura destinate alla internazionalizzazione e all'innovazione del sistema produttivo, le due leve strategiche per consentire alle imprese di non perdere quote di mercato e di prepararsi alla ripresa che, secondo alcuni indicatori, potrebbe intravedersi già nella seconda metà del 2013.*

*Nel suo editoriale, il nostro Presidente ricorda come la Camera di Commercio di Pavia, in forza dei suoi prestigiosi 225 anni di attività, testimoni la storia di una istituzione sempre in movimento e in trasformazione. Una storia di vicinanza alle imprese, di sostegno allo sviluppo territoriale e di accompagnamento ai cambiamenti che, in questi ultimi anni, sono diventati vorticosi. Come ben dimostrano gli ultimi provvedimenti normativi in tema di semplificazione amministrativa che vedono, ancora una volta, il nostro Ente in prima fila per aiutare le aziende ad avviare una attività e a lavorare con procedure rapide, snelle e sempre più informatizzate.*

*Le nuove 15 imprese storiche, che quest'anno sono state premiate ed inserite nel registro nazionale, raccontano esempi di tenacia, capacità, volontà e coraggio. Qualità e atteggiamenti che, nel lungo percorso di cento anni di attività, saranno stati sicuramente a più riprese messi in campo per superare momenti storici e situazioni congiunturali difficili. Una traccia illuminante a cui rifarsi anche oggi.*

*Il successo di pubblico di "Autunno Pavese" e di "Emergente", le manifestazioni con le quali la nostra Camera ha valorizzato nel corso del 2012 le tipicità agroalimentari, dimostra la vitalità dell'agricoltura di qualità, un settore produttivo che in provincia di Pavia è ben vivo e presente e che può diventare il simbolo di ripresa e di sviluppo del nostro territorio.*



del Presidente  
GIACOMO DE GHISLANZONI CARDOLI

## 225 ANNI AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA PAVESE

Il celebrare un anniversario, soprattutto quando gli anni da ricordare sono tanti, è sempre motivo di gratificazione per chi ha il gradito compito di effettuarlo. Quando però gli anni che si vogliono ricordare con la celebrazione della ricorrenza sono ben 225 allora consentitemi di affermare che tale incombenza si trasforma in legittimo orgoglio.

Un orgoglio che nasce innanzitutto dal senso di appartenenza ad una istituzione che ha addirittura radici ben più profonde e che risalgono al XIII° secolo con i primi documenti conosciuti di un *Collegium Mercatorum* che già allora svolgeva il proprio compito di attento partecipante della vita economica del tempo protrattosi poi per tutto il medioevo, il rinascimento, per giungere all'anno 1786 quando con un editto di Cesare Beccaria ne venivano delineate le funzioni in "chiave moderna".

Da allora la nostra Camera "*la Camera di tutti i pavesi*" ha percorso tutta la storia sino ai giorni nostri passando attraverso l'epoca napoleonica, per di più legittimata ad operare da un decreto di rinnovazione di Eugenio Bonaparte del 1811, la Restaurazione, per giungere attraverso le due prime guerre per l'Indipendenza all'Unità d'Italia ed alla sua legittimazione finale col R.D. n. 872 del 5.10.1862 di Vittorio Emanuele II° che ci riconosceva, nel proces-

so di riordino del sistema delle Camere di Commercio dell'appena nato stato unitario, tra le prime Camere Italiane.

Tale percorso storico ha accompagnato la vera funzione che in ogni epoca e sotto qualsiasi forma di Stato o di Governo ha sempre svolto e sempre dovrà svolgere una Camera di Commercio.

Stare al fianco del mondo dell'impresa per sostenerne e sviluppare l'economia del territorio svolgendo quel ruolo che la stessa natura di ente di diritto pubblico che svolge però funzioni privatistiche gli assegna. Come mediatore tra potere politico e realtà economica, tra politica e società, tra stato e mercato, sopperendo a volte anche a vuoti lasciati vacanti da uno dei soggetti sopra richiamati. Anche quindi in un momento come l'attuale dove la crisi economica fa fatica ad arretrare lasciando spazio ad una ripresa tanto attesa che però tarda a manifestarsi e pure la politica, ha sotto certi aspetti abdicato, la presenza della Camera appare come un faro che indica la rotta al mondo dell'impresa verso il quale dirigersi.

Un percorso che attraverso l'innovazione, sia di processo che di prodotto, deve puntare ad una internazionalizzazione che diviene di vitale importanza in una provincia come

la nostra costellata quasi unicamente da piccole e micro imprese che necessitano non solo di aiuti, dal punto di vista economico, ma anche e soprattutto di un apporto di capacità manageriale che sappia interpretare e sostenere al meglio l'azienda in un mercato sempre più globale e di conseguenza più agguerrito.

La fase di deindustrializzazione che ha colpito la nostra provincia negli anni '70 ha lasciato sul campo le macerie di aziende dal nome famoso quale la Necchi ed al loro posto, oltre le macerie materiali anche l'incapacità di innovarsi per tante piccole aziende dalle variegate attività che in questo momento, è dovere primario sostenere per uscire dalla crisi, aiutandole anche ad aggregarsi attraverso la creazione di reti d'impresa ad hoc per meglio competere sui mercati internazionali.

E' quello che stiamo facendo con tanta passione ed impegno, forti di una memoria del passato che ci deve sostenere ed aiutare per dare un futuro a chi si aspetta da noi proprio questo.

Il vuoto di memoria porta a dimenticare quanto si è realizzato, porta a non apprezzare il presente e a non porre le basi per costruire un futuro.

Come non ricordare quindi come questa Camera fu tra le più convinte assertrici della creazione di una Facoltà di Economia in una Università come quella pavese tra le più antiche e ricche di storia, per trattenere sul nostro territorio tanti giovani che così avrebbero potuto intraprendere una attività a casa propria senza cercare fortuna altrove.



Decreto istitutivo del 5 ottobre 1862



Editto predisposto da Cesare Beccaria  
a firma del conte De Wilzeck - 24 luglio 1786

E' giusto inoltre ricordare che, essendo lo scopo finale quello di sostenere l'economia della nostra provincia, ci si sia impegnati in ogni iniziativa atta a sostenerne lo sviluppo.

Tutto questo deve però confrontarsi anche, come ricordavo prima, con la difficile situazione economica che attraversa attualmente il nostro Paese e questo ci deve far assumere ancora un maggiore senso di responsabilità in quello sforzo che deve accompagnare tutte le istituzioni in un percorso di ottimizzazione dei servizi, eliminazione degli sprechi, razionalizzazione delle funzioni senza sovrapposizioni e sovrapposizioni.

In questa direzione anche le Camere devono, ancora una volta, mostrarsi attori virtuosi in un percorso per ora appena abbozzato di autoriforma che debba farci sentire soggetti protagonisti a casa nostra nel modernizzarsi per essere sempre al fianco ed al servizio del mondo che ha avuto in noi un punto di riferimento e al quale anche ora dobbiamo far sentire la nostra vicinanza.

L'essere "virtuosi" ed "efficienti" in questo momento non è più una variabile ma un dovere al quale non dobbiamo venir meno.

## I dati congiunturali del terzo trimestre 2012

# CRISI IN LIEVE ATTENUAZIONE MA LA RIPRESA SI ALLONTANA

di PATRIZIA ACHILLE

Nel terzo trimestre 2012 i dati congiunturali relativi al tessuto manifatturiero pavese attestano un prolungarsi della fase recessiva iniziata nel primo trimestre dell'anno, evidenziando tuttavia una lieve attenuazione della crisi. Dopo il pesante calo registrato nel secondo trimestre dell'anno, infatti, nel periodo luglio-settembre 2012, la produzione industriale sperimenta la terza variazione negativa consecutiva, anche se meno accentuata rispetto al trimestre precedente, e pari a -4% (dato tendenziale).

A rilevarlo è l'indagine congiunturale condotta, al termine di ogni trimestre, da Camera di Commercio di Pavia, Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia, Confindustria e Associazioni Artigianato su un numero rappresentativo di imprese del settore manifatturiero, che conferma il permanere di una situazione strutturale di criticità, aggravato, su base annua, dalla debolezza dell'apporto dei mercati esteri (+0,31%) che non riescono a sostenere il fatturato totale, già messo a dura prova dalla profonda contrazione dei consumi interni (-5,71%), che scende di oltre 4 punti percentuali.

Il contesto recessivo risulta meno grave se confrontato con il trimestre precedente. In questo caso la variazione della produzione si attesta a

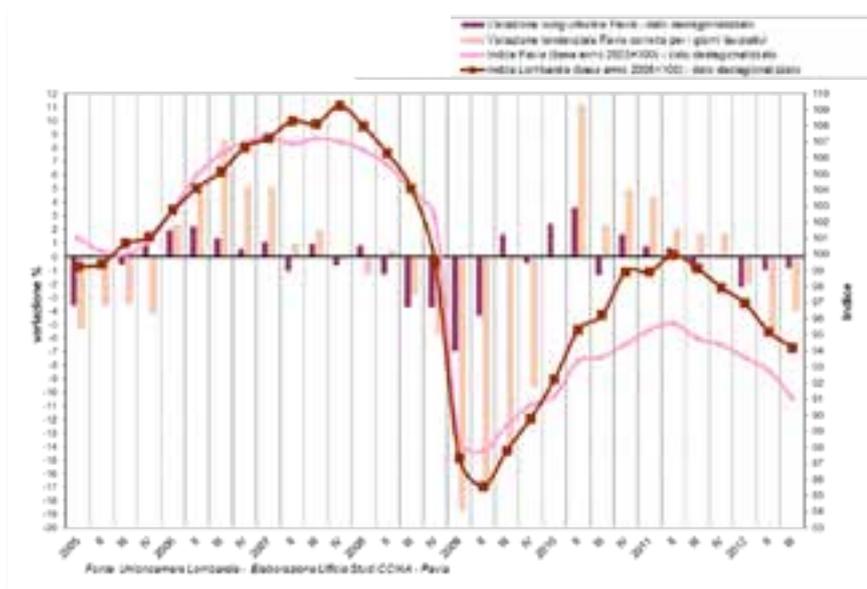
-0,83% con una dinamica della domanda interna che contiene il calo all'interno del punto percentuale e con un fatturato totale che registra una perdita, tutto sommato, ridotta, pari a -1,5%. Segnali di sostanziale tenuta si riscontrano invece sul fronte estero ad indicare come il traino del nostro sistema economico risieda, oggi più che mai, nelle esportazioni.

L'indice della produzione industriale subisce l'effetto "cumulo" dei diversi cali sofferti e continua il processo di discesa iniziato nel terzo trimestre dello scorso anno, giungendo a quota 91,04% (dato destagionalizzato, base anno 2005=100). In questo modo, i livelli produttivi che avevano toccato il punto più basso nel 2009 per poi risalire lentamente, tornano ad allontanarsi sempre più dai valori pre-crisi del 2007, con uno scarto negativo che raggiunge quasi 17 punti percentuali.

In **ambito regionale** la dinamica dell'economia della nostra provincia risulta migliore del dato medio lombardo. Rispetto al trimestre precedente, che su base annua aveva assegnato a Pavia una tra le tre peggiori posizioni nella classifica lombarda per la pesante contrazione registrata dalla produzione, nel periodo estivo il calo rallenta e Pavia risulta più performante di molte province, fatta eccezione per Monza, Como, Sondrio e Varese (rispettivamente -3,8%, -3,6%, -2,3% e -2,2%). Da evidenziare che, per il periodo di riferimento, nessuna provincia, in Lombardia, ha evidenziato incrementi produttivi.

Tutti i **settori** sono colpiti dall'asfitticità

### PRODUZIONE INDUSTRIALE - Provincia di Pavia 1° T 2005 - 3° T 2012 (Dati trimestrali)



di un circuito economico flebile (soprattutto chi produce per il mercato interno): alcuni, soffrono il sovrapporsi della recessione a problemi strutturali, come la meccanica e le Pelli-Calzature (quest'ultimo in flessione ormai da molti trimestri) che perdono oltre il 6%, anche se il calo si registra un po' per tutti i comparti. A scendere meno è la chimica con una contrazione del 3% circa, forse proprio grazie agli ordini esteri.

Particolarmente colpite dalla crisi sono **le imprese di media dimensione** che producono il 7% in meno, seguite a ruota dalle piccole ancora in sofferenza con un calo di circa il 5%. Le imprese più strutturate invece, maggiormente beneficiarie della domanda estera sembrano reggere meglio e registrano addirittura una variazione positiva della produzione.

Anche il **portafoglio ordini** risulta in crescita nelle grandi aziende mentre segue una dinamica negativa in quelle di dimensioni medio-piccole. Tra le variabili della domanda aggregata quella delle esportazioni segue un andamento decisamente migliore anche se rimane negativa per le aziende più piccole probabilmente a causa della maggiore debolezza dei mercati più vicini. Il rallentamento della domanda viene confermato anche dal periodo di produzione assicurata dal portafoglio ordini che scende, in questo terzo trimestre dell'anno, a 32,8 giornate.

La conseguenza è il calo generalizzato anche **nel tasso di utilizzo degli impianti**, che si assesta, al 58,72%, un valore ben al di sotto della media regionale (71,2%) a conferma del rallentamento dei livelli produttivi.

Il livello delle **scorte dei prodotti finiti** è ritenuto adeguato dall'81% delle imprese industriali, fra le restanti prevalgono le valutazioni di scarsità (-11,2% il saldo). E' del 29% la quota di aziende che non tiene scorte tra le imprese di piccole dimensioni, contro il 25% delle medie e il 37% delle



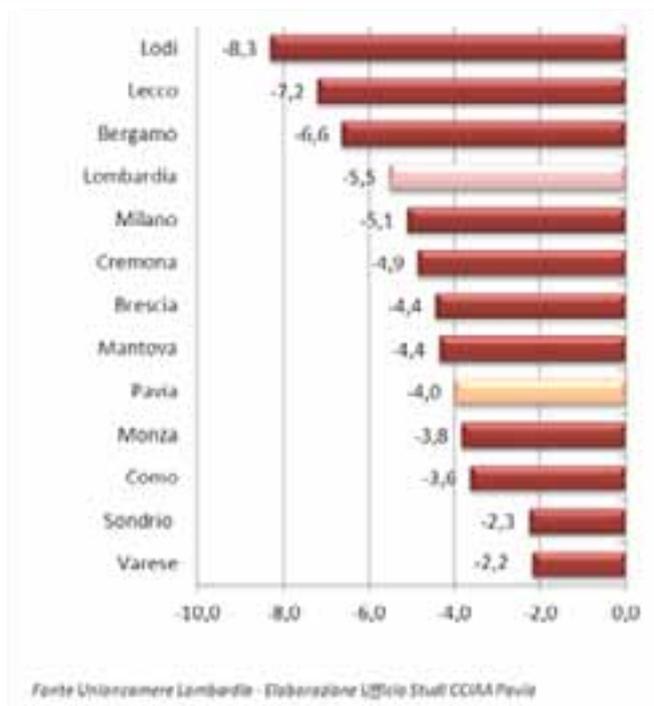
grandi. In altre parole, le imprese che hanno continuato a produrre lo hanno fatto solo per il mercato esterno. Le **scorte di materie prime** sono adeguate per il 79% delle imprese industriali, con un saldo negativo contenuto tra i giudizi di scarsità ed esuberanza (-4,05%).

Il continuo calo dei livelli produttivi preme sull'occupazione che mostra segnali di debolezza sempre più marcati, con un incremento dei tassi di uscita e la contestuale riduzione dei tassi di ingresso che insieme danno come risultante un saldo negativo e pari a - 0,66%. Diminuisce invece la quota di aziende che fa ricorso alla CIG (28,9%), pur rimanendo al di sopra di quella regionale (25,3%) mentre la quota sul monte ore trimestrale si ferma al 3,4%.

Se la discesa della produzione nell'industria sembra rallentare non si può affermare altrettanto per le **aziende artigiane** che segnano un dato di calo relativo al trimestre precedente dell'1,02% ed una perdita del 4,64% rispetto al terzo

### PRODUZIONE INDUSTRIALE DELLE PROVINCE LOMBARDE

Variazione tendenziali per provincia  
(corrette per giorni lavorativi 3 T 2012)



trimestre 2011. Contrazioni determinate probabilmente dall'alta quota di produzione diretta al mercato interno che ormai non è più in condizione di sviluppare i consumi.

La negatività della dinamica della produzione nel comparto artigiano, trova conferma nell'andamento delle altre variabili chiave, quali gli ordini ed il fatturato, ed influenza di seguito anche tutti gli altri indicatori. Gli ordini interni, come già detto, patiscono la contrazione dei consumi e scendono del 2,4% e non è di alcun conforto l'export che rimane stazionario con una variazione delle commesse pari allo 0,02 (dati tendenziali).

L'indice della produzione segue una curva discendente giungendo alla quota più bassa mai registrata (72,24) e comprovata dalla diminuzione del tasso di utilizzo degli impianti (57,6%).

Ma la riduzione della produzione artigiana pavese ha pesato anche sul magazzino. Nel terzo trimestre dell'anno infatti le aziende artigiane della provincia manifestano segnali di scarsità marcati (-18% il saldo), con il 54% che giudica le scorte adeguate. La quota di aziende artigiane che dichiara di non tenere scorte è molto più elevata rispetto all'industria (66%) e omogenea tra le diverse classi dimensionali.

Inevitabili le ripercussioni sull'occupazione che mostra, anche nel comparto artigiano, segni di cedimento dovuti al maggior numero di uscite rispetto alle assunzioni (-0,81%).

### Previsioni

Le previsioni per una ripresa si allontanano nel tempo. Le **aspettative** degli imprenditori pavesi si addensano ancora, per il prossimo trimestre, tutte nell'area negativa, anche se sembrano aver superato il punto di minimo (fatta eccezione per l'occupazione che mantiene un trend decrescente), con un debole segnale di speranza che arriva dalla domanda estera e che si avvicina al saldo nullo. Occorre osservare tuttavia che circa il 40% degli intervistati prevede stabilità dei livelli per produzione e domanda interna ed estera ed il 74% per l'occupazione.

#### ASPETTATIVE SULLA DOMANDA Provincia di Pavia Saldi valutazioni di aumento e diminuzione Dati trimestrali



# “IL 2012 UN ANNUS HORRIBILIS”, LA CRISI VISTA DALLE ASSOCIAZIONI

Abbiamo chiesto ai presidenti di alcune delle associazioni di categoria della nostra Provincia un giudizio sul 2012 e sulle prospettive per il 2013. Queste le loro risposte.

## **Aldo Poli – Associazione Commercianti**

“La provincia di Pavia è caratterizzata da una forte prevalenza di settori legati all’Amministrazione dello Stato e degli Enti locali che, se da un lato si sono trovati - almeno fino ad ora - “al riparo” dalla disoccupazione, dall’altro risentono del calo del potere d’acquisto del denaro e della pressione fiscale. Per quanto riguarda il mondo delle aziende, in larga maggioranza di piccole dimensioni, sono state schiacciate dalla difficoltà di accesso al credito finanziario. Persino le richieste di fidi sono calate a fronte della chiusura delle aziende. D’altra parte la mancanza della grande industria non consente, su questo territorio, una ricaduta in termini di attività produttiva.

Il prossimo anno, che poteva essere decisivo per l’uscita dal tunnel, in realtà potrebbe presentare una serie di rallentamenti a livello nazionale, dovuti agli appuntamenti elettorali previsti, ma anche ai possibili cambiamenti politici a livello internazionale”.

## **Franco Bosi – Confindustria Pavia**

“I dati di settembre e ottobre segnano un -1% e un -0,6% rispetto all’analogo periodo del 2011. La crisi è profonda e nel 2012 non ha affatto rallentato. Si salva solo chi produce per almeno il 50% per l’estero. Il 2012 è stato un annus horribilis, ma temo che non abbiamo ancora toccato il fondo. Da giugno ha ripreso a crescere la cassa integrazione che è un indicatore preciso.

Le imprese e le famiglie non hanno liquidità, per cui occorre fare un discorso diverso. Nel rispetto finanziario va defiscalizzato il costo del lavoro: non ci sono altre soluzioni. I primi mesi del 2013 saranno ancora più selettivi, perchè le imprese con l’acqua alla gola non potranno più continuare. Ognuno, e in primis gli imprenditori, devono fare la loro parte e il proprio mestiere. E allora innovazione, internazionalizzazione, ricorso agli strumenti che abbiamo messo a disposizione come i 20 milioni di euro di finanziamenti, grazie all’accordo con Banca Popolare Commercio ed Industria. E’ un segnale importante la disponibilità di un istituto di credito, e aggiungo finalmente.

E la risposta è positiva: abbiamo deliberato e assegnato già 10 milioni di euro”.

## **Renato Perversi – Confartigianato Pavia**

“Ad oggi stiamo registrando la chiusura di 189 aziende, di cui ben 124 nel settore dell’edilizia e 70 nella manifattura. Alcuni stanno anticipando la cancellazione che normalmente arriva a fine anno. E’ un gran brutto segnale. La pressione fiscale è insostenibile per aziende come le nostre in cui l’intero gruppo familiare concentra la redditività all’interno della azienda. Piccolo segnale positivo l’incremento di 10 unità nel settore dei servizi alla persona. Ripeto che con questo carico fiscale e con l’Imu e l’addizionale Irpef che in provincia di Pavia ha un andamento inspiegabile, le imprese artigiane non ce la fanno. Il microcredito messo in atto dalla Provincia di Pavia va allargato alle imprese individuali, che sono oltre la metà delle aziende pavese, tenendo conto che molti che hanno perso il posto di lavoro si stanno riciclando con un’attività propria. La ripresa nel 2013 ce la scordiamo e gli effetti si riverbereranno nel 2014 per il nostro comparto, composto in larga parte da contoterzisti e da aziende che operano nell’indotto”.

## **Giuseppe Ghezzi – Coldiretti Pavia**

“L’agricoltura sta andando in controtendenza e negli ultimi cinque anni le esportazioni di cibi e vino “made in Italy” sono cresciute di ben il 18%. Numeri che ci danno grandi soddisfazioni, ma che testimoniano della crisi profonda del nostro sistema produttivo. In provincia di Pavia la zootecnia è in ripresa, il riso sta riprendendo piano piano le quote che meritano gli altissimi costi di produzione, i cereali a paglia e mais hanno un mercato più che buono. Il vino cresce, ma attenzione, meno che in altre aree vitivinicole.

Il 2013 deve essere l’anno della risoluzione di tanti problemi che penalizzano, penso al vino, le 200 aziende che fanno prodotti di quantità. L’Oltrepò non può pensare di essere e di essere percepito come produttore di uve.

Per il riso costituiremo una società di scopo per sostenere finanziariamente le nostre imprese con anticipi, evitando loro la svendita. E vogliamo anche arrivare con un prodotto nostro alla grande distribuzione”.

## Approvato il nuovo bilancio d'esercizio

# LA CAMERA RAFFORZA IL PROPRIO IMPEGNO A FAVORE DELL'ECONOMIA PAVESE

di FEDERICA PASINETTI

A conclusione del ciclo di programmazione strategica ed economica la Giunta e il Consiglio camerale hanno definito gli obiettivi del 2013 e i criteri della gestione economica per il nuovo esercizio. La relazione Previsionale e Programmatica ha analizzato lo scenario di riferimento e i possibili sviluppi dell'economia locale oltre che l'evoluzione normativa in corso, per giungere alla selezione di 14 obiettivi prioritari, finalizzati a sostenere l'imprenditoria locale e lo sviluppo economico del territorio pavese e a incrementare ulteriormente l'efficienza dell'Ente e l'efficacia del suo operato, nella prospettiva di una rigorosa misurazione delle performance e di un progressivo contenimento dei costi di struttura.

L'ultimo atto ufficiale del percorso è stata l'approvazione del bilancio d'esercizio. Riguardo alle risorse si è deciso di incrementare del 10% - rispetto alla previsione 2012 - quelle dedicate alla promozione dell'economia locale che così raggiungeranno un importo di assoluto rilievo con 5 milioni e 567 mila euro. Questa cifra (decisamente superiore anche alla spesa realizzata nel 2011) assorbe oltre la metà (54%) dei proventi correnti, e rappresenta il 41% degli oneri (per il resto suddivisi fra spese di funzionamento e personale, entrambe previste in riduzione dell'8%). Essa è un indicatore emblematico dell'impegno particolare che la Camera, insieme alla sua Azienda Speciale Paviaviluppo, intende approfondire a favore dell'economia locale di fronte alle perduranti sfide di un'economia recessiva.

L'attenzione verso l'impresa si manifesta nella indicazione strategica di destinare una consistente quota della spesa promozionale (corrispondente a poco meno di 2,4 milioni) a contributi a fondo perduto diretti agli operatori, da erogare tramite bandi. Questi saranno volti a favorire la partecipazione a fiere e missioni all'estero, l'accesso al credito (tramite abbattimento tassi), la realizzazione di investimenti produttivi e innovativi, la realizzazione di progetti di promozione dell'economia locale.



La presa d'atto di un sistema economico in sofferenza è ineludibile. La gravità della contrazione registrata dall'attività produttiva si sintetizza sia nell'indice della produzione industriale, che nell'ultima rilevazione disponibile è dato a 92,4 (contro il 107 rilevato nel 2008), sia nel livello di utilizzo degli impianti che risulta contenuto a circa un terzo della potenzialità. Il perdurare della crisi si legge anche nella debole dinamica di nati-mortalità (0,43 il tasso di crescita) che certamente non rafforza la compagine imprenditoriale, e alla quale si affianca una crescita delle procedure fallimentari e concorsuali di circa il 42% sullo scorso anno. Un'ulteriore segnale delle difficoltà diffuse fra gli operatori è dato dal progressivo peggioramento delle sofferenze sui prestiti erogati dal sistema bancario, mentre a livello sociale non possono essere trascurati gli effetti della crescente disoccupazione che si accompagna ad un nuovo acuirsi del ricorso alla cassa integrazione

guadagni da parte delle aziende.

Un contesto che obbliga la Camera di Commercio di Pavia - pubblica amministrazione che opera nell'interesse dell'impresa - ad affermare con forza la propria presenza, con azioni concrete di sostegno per promuovere, rafforzare e sostenere il valore che il territorio pavese e la sua imprenditoria sono in grado di creare, grazie ad una qualificata tradizione produttiva, a competenze e capacità di iniziativa evolute, ai patrimoni unici e di assoluto prestigio di cui il territorio dispone.

I mercati esteri rappresentano il terreno sul quale più proficuamente spendere e promuovere tali valori. Pertanto una attenzione particolare verrà riservata agli interventi per l'internazionalizzazione. Il programma di attività in questa direzione (al quale saranno destinati circa 1,4 milioni di euro) prevede un consistente intervento contributivo a favore delle imprese che sviluppano strategie di internazionalizzazione, l'accompagnamento a eventi di interesse commerciale, ma anche azioni tese a coinvolgere 'imprese matricola' nell'ambito delle filiere più qualificate del 'made in pavia' e ad esplorare nuovi mercati.

Il rafforzamento della competitività del sistema imprenditoriale verrà perseguito anche stimolando le leve dell'innovazione, della collaborazione tra imprese e del credito (con interventi per circa 1,9 milioni di euro). Sono state pertanto concepite misure di larga portata, che in parte saranno messe in campo con l'aiuto del sistema regionale, che prevedono - oltre all'abbattimento tassi a cura della Camera - anche l'intervento dell'Ente con funzioni di garanzia in fondi di finanziamento volti a rendere il credito più facilmente accessibile alle piccole e medie imprese. Oltre a supportare in maniera sistematica la creazione di reti d'impresa, secondo un approccio di servizio e accompagnamento che ha dato buoni risultati nel corso dell'ultimo anno, la Camera intende stimolare una nuova attenzione degli operatori verso il valore aggiunto apportato dall'innovazione e dallo sfruttamento delle tecnologie (a partire dalle ICT, fino a quelle di risparmio energetico e ambientale), sia proponendo percorsi di diagnosi del potenziale, sia sostenendo finanziariamente gli investimenti volti a migliorare i prodotti e i processi produttivi. A ciò si affiancherà, presso l'Azienda speciale Pavia Sviluppo, un nuovo servizio di orientamento volto a facilitare l'accesso alle opportunità di crescita imprenditoriale. La stessa non mancherà naturalmente di erogare il proprio servizio di supporto alla creazione di nuove imprese, oltre alla consueta attività formativa tesa a promuovere le competenze imprenditoriali e lo sviluppo del capitale umano, risorsa imprescindibile per confermare il potenziale di sviluppo del territorio e delle imprese.

Una priorità strategica sarà costituita anche dalla pro-

mozione delle eccellenze produttive e dei fattori di attrattività turistica quali leve di crescita, da valorizzare anche in vista delle opportunità offerte da Expo 2015. In questo ambito (che complessivamente vede impegnate risorse per circa 1,5 milioni) all'organizzazione di specifiche manifestazioni sarà affiancato un intenso lavoro di qualificazione per la definizione di disciplinari produttivi e di pacchetti integrati di offerta che siano in grado di valorizzare congiuntamente produzioni enogastronomiche, ambiente-natura, storia e monumenti del territorio pavese. Ciò senza trascurare naturalmente l'affiancamento ai distretti sia agricoli e commerciali quali occasioni per fare squadra tra gli operatori al fine di una maggiore forza nel gestire le sfide della competizione tra territori.

Nella logica dell'attrattività la Camera non mancherà inoltre di sottolineare le opportunità connesse alle politiche di attrazione di investimenti esteri sul territorio, data la rilevante presenza di aree dismesse, l'ottimo posizionamento logistico della provincia e l'elevata concentrazione di centri del sapere.

Sul fronte dei servizi anagrafici la Camera intende riaffermare - come fatto in misura determinante in occasione della istituzione dei SUAP - la centralità dei processi di semplificazione valorizzando quanto più possibile le nuove tecnologie informatiche, e volgendo a favore dell'utente le numerose norme che vanno a modificare le modalità di funzionamento di registri e ruoli pubblici. Verranno perseguite con forza tanto la qualità quanto l'efficienza dei servizi anagrafici, promozionali e di regolazione del mercato, nella ricerca di un elevato grado di soddisfazione dell'utenza, ma attivando nel contempo i processi di riorganizzazione che si renderanno necessari per contenere i costi intermedi di funzionamento e quelli di struttura. A questo fine - e anche per far fronte ad una plausibile contrazione delle entrate camerali motivata dalle stesse variabili economiche (natalità e fatturati) che influenzeranno la vita delle imprese - l'Ente promuoverà processi di razionalizzazione dei centri di costo, cogliendo con favore - purchè funzionali ad un reale processo di creazione di economie di scala - le opportunità di servizi associati in corso di maturazione all'interno del sistema camerale lombardo.

La Camera intende sviluppare tali attività favorendo una forte collaborazione sia con gli enti di governo del territorio ai vari livelli - da quello comunale a quello regionale - sia con le diverse categorie economiche. Una più intensa e capillare attività di ascolto delle imprese e una costante verifica dei loro bisogni saranno alla base delle scelte istituzionali da compiere in corso d'anno, nel rispetto degli interessi della collettività economica di cui l'Ente vuole essere la sintesi più efficace e produttiva.

## Il parere del dottor Lucio Aricò

# “UN SISTEMA TRIBUTARIO CHE PENALIZZA LE AZIENDE”

di MARIO CANTELLA

La semplificazione amministrativa vista dalla parte delle imprese. Il Presidente dell'Ordine dei Dottori commercialisti di Pavia e Voghera è la persona giusta per capire come stiano procedendo le innovazioni in atto e, soprattutto, gli effetti concreti che stanno (o non stanno ancora) producendo.

Il dottor Lucio Aricò ha un duplice osservatorio privilegiato in quanto siede anche nel consiglio di reggenza di Banca d'Italia con la funzione di censore, ovvero revisore dei conti.

### **Un primo giudizio sull'opera di semplificazione amministrativa in atto dal 2005.**

*E' palese che ogni azione che porta ad una deforestazione legislativa e quindi alla riduzione degli obblighi richiesti è un concreto aiuto allo sviluppo. E non a caso i più recenti provvedimenti sono giustamente contenuti nel decreto per lo sviluppo. Detto questo cominciano non pochi 'ma', soprattutto sull'impostazione generale.*

### **Ovverosia?**

*Stiamo assistendo da anno ad un avanzamento a macchia di leopardo su svariate aree di intervento, con il risultato della moltiplicazione abnorme della relativa documentazione a corredo. Un esempio? Il manuale per il responsabile dello sportello unico edito dal Formez è un volume che consta la bellezza*



*di 393 pagine. La troppa burocrazia è da sempre un peso ed un freno non solo per le imprese italiane, ma anche per quelle che pensano di scegliere il nostro Paese per stabilirvi rami produttivi delle loro attività, per non parlare delle difficoltà ancora presenti nella fase dello start up di ogni attività. Il ginepraio normativo è ancora ben complesso. Va dato atto alle Camere di Commercio il merito di aver compiuto un lavoro encomiabile in questo settore.*

### **Si riferisce agli adempimenti sempre maggiori che sono stati e ancora vengono attribuiti?**

*Anche a questo ma va messo in rilievo che, fino agli anni Settanta, il registro imprese era tenuto dalle cancellerie dei Tribunali presso i quali dovevano essere depositati anche i bilanci. Da allora ad oggi le Camere si sono accollate funzioni agevolative e di servizio per*

*il mercato non solo per la parte attuativa (certificati ecc.), ma anche come aiuto alla giustizia ordinaria e mi riferisco alla conciliazione e alla mediazione. Ci tengo a sottolineare anche il suo ruolo di coordinamento, formazione e di impulso per la costituzione, da parte delle amministrazioni locali, degli sportelli unici. Il problema vero con il quale si scontrano quotidianamente le imprese è però un altro.*

### **La legislazione tributaria?**

*Io parlerei piuttosto di emergenza tributaria che ha un duplice aspetto: la burocrazia ma soprattutto l'improvvisazione, la*

manca di una strategia comprensibile, di una programmazione razionale degli interventi. Ma come fa un'impresa che deve redigere un business plan indispensabile per progettare correttamente e per ottenere finanziamenti, peraltro oggi operazione sempre più difficile, ad inserirvi dati certi, attendibili e non inventati quando le normative tributarie continuano a cambiare? Come si fa a redigere una corretta previsione dei costi fiscali (tax planning) quando, ad esempio, ad ogni legislatura - o addirittura dall'oggi al domani - si modificano le norme per la deducibilità di alcuni costi o si modificano le aliquote impositive?

La mia proposta al riguardo è semplice: facciamo come attua- to da alcuni Paesi esteri: i provvedimenti fiscali assunti entrano in vigore l'anno successivo alla loro emanazione indipendentemente dal mese nel quale vengono assunti. Altra follia, tutta italiana, sul versante imposte è ad esempio questa: un'azienda che assume dipendenti paga più Irap rispetto ad una che acquista un robot che svolge le stesse mansioni umane (e forse meglio).

### **La successiva domanda è: ma come fanno allora le aziende che hanno necessità di capitali e di liquidità?**

Le imprese italiane sono tutte sottocapitalizzate e l'accesso al

credito ordinario è la principale fonte di finanziamento. Le obbligazioni e le azioni emesse dalle aziende in passato hanno dato di sé risultati non sempre lusinghieri. Il problema è il sistema di controllo delle imprese, il che chiama in gioco il ruolo dei revisori dei conti e dei sindaci delle società per azioni. La proposta che abbiamo formulato noi dottori commercialisti è la seguente: i controllori non devono essere nominati dal controllante, ma da un ente terzo - ad esempio le Camere di Commercio - e la loro durata in carica è a periodo unico, ad esempio 6 - 7 anni, ma senza possibilità di rinnovo.

### **Ma per accedere a risorse finanziarie per competere sui mercati, le imprese specialmente le star up quali alternative hanno?**

In gran parte d'Europa e nei paesi economicamente avanzati svolgono questo compito le banche d'affari, mentre in Italia operano in modo assolutamente marginale. Il nostro sistema bancario non è attrezzato per sostenere le aziende giovani nella fase di start up. Questa fase deve però durare un breve periodo e l'azienda deve trovare risorse patrimoniali per non proseguire il suo cammino con sempre più pesanti oneri rappresentati dal costo del denaro ricevuto in prestito dalle banche. Togliersi da questo vincolo diventa essenziale per la vita futura aziendale.

## **CONFIDI INTERNATIONAL**

Con uno stanziamento di 500 mila euro la Camera di Commercio ha aderito all'iniziativa di Unioncamere denominata "Confidi International". Si tratta di un intervento straordinario per sostenere l'attività di export e di penetrazione commerciale nei mercati esteri delle piccole e medie imprese attraverso il rafforzamento delle forme di cogaranzia e controgaranzia rilasciate dal fondo centrale di garanzia in collaborazione con il sistema camerale lombardo e consorzi fidi.

Anche le imprese pavese potranno così accedere a finanziamenti chirografari, garantiti sino all'80%, di durata non superiore a 60 mesi.

Possono accedere alla garanzia della Sezione speciale le Pmi finanziariamente sane localizzate nei territori di competenza delle Camere di commercio aderenti che intendono realizzare investimenti o programmi di internazionalizzazione, e in particolare:

- produzioni destinate all'esportazione;
- apertura di sedi commerciali all'estero;
- piani di sviluppo produttivo all'estero;
- partecipazione a gare internazionali;
- costruzione di reti distributive e di agenti all'estero;
- programmi di formazione per l'internazionalizzazione;
- piani integrati di comunicazione all'estero (partecipazioni a fiere e missioni);
- piani promozionali all'estero;
- spese di consulenza per piani di sviluppo all'estero.

Tra stanziamenti di Unioncamere e del Fondo nazionale di garanzia si stima che arriverà a 500 milioni di euro la somma disponibile per il sostegno dell'internazionalizzazione. Il Confidi International offrirà cogaranzie e controgaranzie su finanziamenti concessi dalle banche e garantiti dai confidi di primo grado aderenti all'iniziativa. L'intervento si configura come una forma di co-finanziamento del Fondo centrale, ai sensi del Dl anticrisi del dicembre 2008, art. 11 comma Beneficiari e caratteristiche dei finanziamenti.

**Per informazioni: 0382.393338 - 0382.393289 / E-mail: studi@pv.camcom.it**

## Più tecnologia e nuovi modelli societari

# LA SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E IL RUOLO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

di STEFANO GATTI

Una delle colonne portanti della riforma che oggi coinvolge la Pubblica Amministrazione è costituita dal processo riguardante la semplificazione amministrativa, che implica la costruzione di un nuovo modello di relazioni con il cittadino e l'impresa. Partendo dal presupposto che la finalità ultima del sostegno alle attività produttive è fondamentale per la crescita del Paese, ne deriva l'urgenza di rendere efficace il funzionamento dell'amministrazione pubblica, eliminando ogni ostacolo burocratico per favorire lo sviluppo nell'interesse della collettività.

Elemento fondante della semplificazione è costituito dallo sfruttamento oculato dei mezzi messi a disposizione dalla tecnologia: per questo l'importanza della digitalizzazione dei documenti e dell'estensione progressiva dei processi telematici nelle comunicazioni tra la PA e le imprese era stata già focalizzata nel dpr 445/2000, testo unico sulla documentazione amministrativa. Successivamente tali norme sono state trasfuse nel Codice dell'Amministrazione digitale del 2005, più volte modificato negli anni recenti. Trattasi di una normativa in continua evoluzione, che mira all'adozione di misure per accelerare il progresso e ridurre il digital divide, e quindi ha richiesto diversi interventi modificativi: così, dopo le novità introdotte nel 2010 del decreto legislativo n. 235, sono stati apportati diversi aggiornamenti da successive disposizioni, incluso il pacchetto di norme contenute nel recente "decreto crescita" (d.l.n. 179/2012) per il sostegno della diffusione degli strumenti telematici tra la P.A. e il cittadino, a garanzia dei principi di accessibilità e di inclusione digitale.

Le Camere di Commercio hanno svolto una funzione di apripista in questo ambito, essendo il Registro Imprese il banco di prova più tangibile della digitalizzazione dei procedimenti. Infatti l'anagrafe economica è stata completamente rivoluzionata dall'estensione della Comunicazione Unica a tutte le imprese, unificando a partire dal 2010 tutte le procedure per l'inoltro delle denunce non solo alla Camera di Commercio, ma anche all'Agenzia delle Entrate, all'Inps e all'Inail.

Queste fondamentali tappe costituivano solo il prologo di una più radicale serie di interventi, la cui necessità diventava sempre più evidente, quanto più si radicava la crisi economica che ha investito l'Europa, dove diventa sempre più stridente il contrasto tra i Paesi che riescono a mantenere margini di sicurezza, e quelli come l'Italia, dove la farragine burocratica continua a costituire una delle prime cause dello svantaggio competitivo.

L'alta percentuale del peso degli oneri amministrativi sul PIL impone – oltre al taglio dei costi della burocrazia sugli imprenditori – anche lo snellimento delle procedure e l'individuazione di tempi certi per la conclusione dei procedimenti autorizzativi, identificando un'unica interfaccia tra gli organi della PA e le imprese. Per questo uno degli strumenti volti a liberare risorse per lo sviluppo e limitare gli sprechi di tempo e denaro è l'istituzione dello Sportello Unico delle Attività Produttive (SUAP) con modalità telematiche. Il dpr n. 160/2010 ha spinto i Comuni ad accelerare l'aggiornamento tecnologico, al fine di poter costituire efficacemente l'unico interlocutore tra le imprese e tutti gli Enti preposti alla tutela degli interessi pubblici (vedi riquadro).

Parallelamente permangono le negatività costituite dalla



non infrequente contraddittorietà delle norme statali con quelle regionali, anche se il processo di semplificazione è stato portato avanti con determinazione con diversi provvedimenti del governo: prima il d.l. 201/2011 conv. nella l. 214/2011, poi il d.l. 1/2012, conv. nella l. 27/2012, hanno conferito maggiore effettività al principio di libertà di iniziativa economica, adottando una serie di misure incidenti sulla tutela delle microimprese. Pertanto sono state abrogate le norme che prevedevano limiti numerici, autorizzazioni, licenze – non giustificati da interesse generale - per l'esercizio di attività economiche.

Un ulteriore colpo di spugna ai vincoli obsoleti è stato dato con il d.lgs. 147/2012 che ha modificato il d.lgs. 59/2010, attuativo della Direttiva Servizi, la prima organica disciplina finalizzata alla rimozione degli ostacoli che intralciano la libera circolazione dei servizi negli Stati membri della Comunità Europea. Oltre alla carenza di cooperazione fra gli Stati, gli obiettivi principali sono diminuire drasticamente le procedure amministrative particolarmente gravose, e rendere omogenee le regole di disciplina dei servizi eliminando le incertezze normative. Con le ultime integrazioni sono state allargate le tipologie di attività non più sottoposte alla preventiva richiesta di iscrizione in albi ed elenchi e sono state decurtate le condizioni per l'esercizio d'impresa (ad es. nell'ambito dei pubblici esercizi, non più sottoposti di regola al contingentamento, del commercio all'ingrosso di prodotti alimentari, non più sottoposto al possesso di requisiti professionali).

Con il d.l. n. 5/2012, contenente Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e sviluppo, conv. nella l. 35/2012, il legislatore rafforza i principi contenuti nella l. 241/1900 in materia di contenimento dei tempi per la conclusione dei procedimenti. Inoltre vengono individuati gli strumenti di monitoraggio e programmazione per il processo di riduzione degli oneri amministrativi a carico dei cittadini e delle imprese, evidenziando i principi di proporzionalità degli adempimenti amministrativi e di adeguamento alle esigenze di tutela degli interessi pubblici coinvolti, di informatizzazione dei procedimenti, di eliminazione di certificazioni non necessarie.

In questa direzione rimane centrale la funzione delle Camere di Commercio che – in sinergia con le Regioni e i Comuni - sono chiamate a svolgere un ruolo attivo per proporre convenzioni indirizzate ad attivare percorsi sperimentali di semplificazione amministrativa per gli impianti produttivi. E' in tale ambito particolarmente delicato che si gioca la possibilità razionalizzare e rendere omogenee le procedure, individuando le best practise e operando una deforestazione normativa a tutto vantaggio delle imprese, con la conseguenza di allargare il campo delle attività unicamente sottoposte a SCIA, nel rispetto delle esigenze di tutela del mercato e del consumatore.



Per fare un esempio significativo a livello regionale le Camere di Commercio lombarde avevano da tempo sottolineato in sede regionale – tramite Unioncamere - l'incongruenza e l'inutilità dell'obbligo di una doppia iscrizione da parte delle imprese artigiane: quest'anno, finalmente l. r. 7/2012 ha eliminato l'albo delle imprese artigiane, mantenendo unicamente l'obbligo di iscrizione presso il Registro Imprese.

Nell'ambito del concetto di semplificazione rientra anche ogni misura indirizzata a fornire impulso alla crescita interna, dando slancio all'imprenditoria con lo strumento della maggiore accessibilità alle forme strutturate d'impresa a favore dei soggetti con minori risorse economiche, e aprendo loro le porte ai profili societari che godono del beneficio della responsabilità limitata. Per questo lo scopo che si pone nuovo modello societario della società semplificata a r.l. introdotta dal d.l. 1/2012, è incentivare l'imprenditoria giovanile; infatti qualora i soci abbiano fino a 35 anni di età e aderiscano ai vincoli stabiliti da questo modello, si possono avvalere dell'abbattimento dei costi notarili, nonché degli oneri fiscali (imposta di bollo e diritti di segreteria per l'iscrizione nel registro delle imprese); è inoltre eliminato il vincolo del capitale sociale necessario per la costituzione della società. L'eliminazione di tale vincolo, con il d.l. 83/2012, conv. nella l. 134/2012, viene estesa alla società a responsabilità limitata a capitale ridotto, che può costituirsi a prescindere dall'età anagrafica dei soci, e che – a differenza della precedente – deve sottostare alle normali spese previste per il modello ordinario.

Da ultimo, il decreto 179, cui si accennava sopra, assegna al Registro Imprese delle Camere di Commercio una



funzione fondamentale nella partita che si gioca per lo sviluppo economico del Paese. La norma interviene sotto il duplice aspetto di sostenere l'importante funzione sociale ed economica delle società cooperative di mutuo

soccorso e delle start-up innovative, e di rendere possibile la massima trasparenza. Pertanto dispone la necessità della loro iscrizione nel Registro, in modo da coniugare la semplificazione degli adempimenti (tramite l'esplicita facoltà di autocertificazione dei requisiti) con l'esigenza di garantire la completezza delle informazioni a disposizione del mercato e dei consumatori.

Nella consapevolezza del proprio ruolo centrale che le deriva dall'essere espressione del sistema economico operante sul territorio - e che viene ribadito dalle disposizioni volte aumentare il grado di competitività delle imprese - la Camera di Commercio mantiene il suo impegno a trovare insieme alle altre istituzioni i percorsi più adatti a rendere più chiari e snelli i procedimenti di verifica e controllo previsti per l'esercizio delle attività produttive e l'accesso agli incentivi previsti dalla normativa, nel rispetto dei principi di equità, con eliminazione degli adempimenti inutili e dannosi, a favore di un migliore rapporto con le imprese e i consumatori.

## IL SUAP E LA CAMERA DI COMMERCIO

Uno degli impegni più rilevanti della Camera di Commercio durante gli ultimi due anni nell'ambito della semplificazione amministrativa è stata quella di accompagnare Comuni dotati di minori risorse tecnologiche nel processo di trasformazione allo scopo di gestire in forma singola o associata lo Sportello Unico. Attraverso opportune azioni formative e promozionali, i Comuni dotati di un proprio SUAP sono passati in provincia di Pavia da un'esigua minoranza al mese di marzo del 2010 alla quasi totalità (176 su 190) a luglio del 2012.

Questo risultato, seppure confortante, appare contraddetto dalla constatazione che a livello globale, nonostante l'accreditamento degli Sportelli nel portale [impresainungiorno.gov.it](http://impresainungiorno.gov.it), prevale ancora la modalità cartacea nella presentazione delle istanze e denunce indirizzate ai SUAP.

Una situazione del genere costituisce un ostacolo non solo alla modernizzazione degli Enti locali del nostro territorio, ma anche alla continuità dei processi di semplificazione. Infatti si determinano le seguenti criticità:

- la gestione mista dei procedimenti (in parte cartacea, in parte informatica) non aiuta la razionalizzazione delle risorse impiegate negli uffici della P.A., ma anzi crea paradossalmente maggiore confusione, per la difficoltà di delineare percorsi standardizzati ed evitare duplicazioni nelle attività;
- l'utilizzo prevalente del cartaceo limita o addirittura impedisce il necessario interscambio informativo tra i diversi organi coinvolti, creando ostacoli all'efficacia dell'azione amministrativa: in particolare si registra l'esiguità della documentazione pervenuta dai SUAP al Registro Imprese per la costituzione del fascicolo unico d'impresa, obiettivo già individuato nel "decreto Sviluppo" del 2011 (d.l. n. 70/2011).

Da una recente verifica risulta che in provincia di Pavia ancora troppi Comuni utilizzano modalità di comunicazione con le imprese e le altre Amministrazioni basate sul cartaceo. Anche l'utilizzo del canale "pec to pec" (più di 80 Comuni) non appare conveniente, in quanto non agevola i passaggi successivi alla ricezione delle pratiche SUAP, che possono consolidarsi soltanto tramite applicativi gestionali appositamente dedicati alla trasmissione delle pratiche nonché alla loro archiviazione. A frenare ulteriormente la gestione digitalizzata in senso globale delle pratiche, concorre la scarsissima diffusione dei sistemi di pagamento on line dei diritti e degli oneri comunali.

In questa situazione la Camera di Commercio si impegna a trovare intese con la Regione e gli altri Enti pubblici coinvolti per identificare i sistemi di cooperazione applicativa atti a garantire la massima interoperabilità tra le piattaforme in uso, ed evitare alle imprese e ai loro consulenti l'aggravio di dover utilizzare strumenti disparati a seconda delle diverse circoscrizioni di competenza.

<b>NORME SULLA SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA CHE INCIDONO SUI PROCEDIMENTI AMMINISTRATIVI DELLA CAMERA DI COMMERCIO</b>	
<b>d.lgs. 82/2005</b>	Codice dell'Amministrazione Digitale – istituzione del Registro informatico degli adempimenti amministrativi presso le CCIAA (art.11); comunicazioni tra P.A. da effettuarsi con PEC (art.47-48); pubblicazione sui siti delle PA dei procedimenti e dei moduli e formulari per l'inoltro delle istanze (art. 57)
<b>d.l. 7/2007 conv. nella l. 40/2007;</b>	Introduzione della Comunicazione Unica, procedura che consente di eseguire tutti i principali adempimenti necessari all'avvio dell'impresa ai fini della pubblicità nel Registro Imprese, e ai fini fiscali (IVA), previdenziali (INPS) e assicurativi (INAIL). In vigore dal 1 ottobre 2009, è diventata obbligatoria dal 1 Aprile 2010.
<b>Art. 38 d.l. 112/2008, conv. nella l. 133/2008</b>	Previsione del SUAP (Sportello Unico delle Attività Produttive) gestito con modalità telematiche;
<b>d.lgs. 59/2010 (attuazione della Direttiva Servizi)</b>	Affermazione del principio di libero esercizio delle attività produttive; necessità di istituzione dello Sportello Unico delle Attività produttive; abolizione di ruoli ed albi tenuti dalla CCIAA (mediatori, agenti di commercio, spedizionieri)
<b>d.pr. 160/2010</b>	Regolamento di esecuzione del SUAP telematico e istituzione del portale nazionale <a href="http://impresainungiorno.gov.it">impresainungiorno.gov.it</a> ; surroga da parte delle CCIAA qualora i Comuni non abbiano i requisiti per la gestione telematica delle pratiche SUAP
<b>d.l. 70/2011, conv. nella l. 106/2011</b>	Obbligo per le P.A. di pubblicare sui siti per ciascun procedimento l'elenco degli atti e documenti a corredo dell'istanza (in caso contrario non è possibile respingere l'istanza); introduzione dell'art. 43-bis del d.p.r. 445/2000: obbligo di interscambio tra SUAP e Registro Imprese; obbligo di comunica-
<b>l. 180/2011 - Statuto delle imprese</b>	Obbligo per le P.A. di pubblicare e aggiornare attraverso le CCIAA le norme e i requisiti minimi per l'esercizio delle diverse tipologie di impresa; divieto per le P.A. di richiedere requisiti ulteriori rispetto a quelli minimi pubblicati attraverso le CCIAA: estensione dell'obbligo di pubblicare sui siti l'elenco di atti a corredo dell'istanza anche agli atti pubblicati in g.u.; previsione di normativa annuale per ridurre gli oneri burocratici delle PMI
<b>l. 183/2011</b>	Modifiche al capo III del d.p.r. 445/2000 (semplificazione della documentazione amministrativa): sostituzione dei certificati con le dichiarazioni sostitutive nei rapporti tra privati e P.A.; apposizione sui certificati della dicitura relativa alla validità dei medesimi solo nei rapporti tra privati; individuazione da parte delle P.A. dell'ufficio responsabile della gestione, trasmissione, e accesso ai dati
<b>d.l. 201/2011 conv. nella l. 214/2011</b>	Affermazione del principio generale della libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali e abrogazione di restrizioni; l'introduzione di regimi autorizzativi deve essere giustificata dall'esistenza di un interesse generale costituzionalmente rilevante
<b>d.l.1/2012 conv. nella l. 27/ 2012</b>	Aumento della concorrenza in determinati settori (farmacie, edicole, noleggio taxi); costituzione semplificata delle società a responsabilità limitata costituite da persone fisiche che non abbiano compiuto i trentacinque anni di età; per la costituzione questa tipologia societaria si può avvalere di facilitazioni fiscali e ed evitare spese notarili.
<b>d.l. n. 5/2012,, conv. nella l. 35/2012</b>	Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e sviluppo - attribuzione alle CCIAA della facoltà di stipulare convenzioni per attivare percorsi sperimentali di semplificazione amministrativa per gli impianti produttivi; contenimento dei tempi per la conclusione dei procedimenti; individuazione degli strumenti di monitoraggio e programmazione per il processo di riduzione degli oneri amministrativi a carico dei cittadini e delle imprese; affermazione dei principi di proporzionalità degli adempimenti amministrativi e di adeguamento alle esigenze di tutela degli interessi pubblici coinvolti, di informatizzazione dei procedimenti, di eliminazione di certificazioni non necessarie; obbligo per le PA di pubblicare sul proprio sito i e sul portale <a href="http://impresainungiorno">impresainungiorno</a> la lista dei controlli a cui sono assoggettate le imprese indicando i criteri e le modalità di svolgimento delle relative attività.
<b>d.l. 83/2012, conv. nella l. 134/2012</b>	Costituzione dell'Agenzia per l'Italia Digitale, che accentra le funzioni già svolte da DigitPA e dal Dipartimento per la digitalizzazione della PA, al fine sostenere il processo di innovazione tecnologica e di informatizzazione; istituzione del modello della società a responsabilità limitata a capitale ridotto con abolizione dei limiti per la costituzione del capitale; ampliamento dello Sportello Unico per l'Edilizia, che diventa il referente nel momento di rilascio delle pratiche o di consegna documentazione richiesta ai prestatori di opera; onere di deposito nel Registro Imprese della domanda di concordato; in merito alla semplificazione dei contratti di rete, facoltà di effettuare una sola iscrizione delle modifiche a tali contratti presso il Registro competente per territorio in relazione alla sede dell'impresa indicata nell'atto modificativo.

## NORME SULLA SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA

### CHE INCIDONO SUI PROCEDIMENTI AMMINISTRATIVI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

<b>dd.mm. 26.10.2011</b>	Nuove procedure di iscrizione nel Registro delle imprese e nel R.E.A. delle attività di agenzia e rappresentanza di commercio, di mediazione e di spedizione.
<b>d.lgs. 147/2012</b>	Modifiche e integrazioni al d. lgs. 59/2010: eliminazione del ruolo dei pesatori pubblici, dell'albo dei mandatari e astatori; abolizione dell'obbligo del possesso dei requisiti professionali per il commercio all'ingrosso di prodotti alimentari; soppressione della commissione consultiva per l'iscrizione nel ruolo dei periti e degli esperti; razionalizzazione della vigilanza sui magazzini generali
<b>d.l. 179/2012</b>	Istituzione di apposita sezione nel Registro Imprese per l'iscrizione delle start-up innovative e degli incubatori, con agevolazioni in materia di diritto di bollo, di segreteria e diritto annuale; obbligo di iscrizione nel Registro Imprese per le società di mutuo soccorso; estensione dell'obbligo di comunicazione della posta elettronica certificata alle imprese individuali; interventi per diffondere il divario digitale; obbligo per le PA di garantire la possibilità di effettuare i pagamenti con modalità elettroniche
<b>l. r. 1/2012</b>	Riordino delle norme in materia di procedimento amministrativo, di diritto di accesso, semplificazione amministrativa. Affermazione del principio di riduzione o eliminazione, ove possibile, degli oneri meramente formali, stabilendo che i provvedimenti amministrativi generali inerenti autorizzazioni, concessioni, accesso ai servizi pubblici o concessione di benefici, devono recare in allegato l'elenco di tutti gli oneri amministrativi a carico dei cittadini, delle imprese e degli altri utenti, introdotti o eliminati con i medesimi provvedimenti; garanzie in tema di diritto di accesso ai documenti amministrativi; coordinamento regionale per la razionalizzazione dei procedimenti amministrativi con potenziamento e supporto dell'attività dei SUAP attraverso la realizzazione della banca dati regionale dei procedimenti; razionalizzazione dei controlli, che devono svolgersi secondo precisi criteri ispirati al principio della proporzionalità
<b>l. r. 7/2012</b>	Eliminazione dell'albo delle imprese artigiane e soppressione delle CPA; di conseguenza la qualifica artigiana è attribuita nell'ambito del procedimento di iscrizione nel Registro Imprese, che ha esito con l'apposita annotazione; istituzione del registro unico regionale dei controlli in agricoltura e nel settore agroalimentare (RUCA) integrato con il Registro Imprese della CCIAA, al fine di ridurre gli oneri burocratici.



## Approvato il progetto dalla Regione

# DISTRETTO BIOTECH OCCASIONE PER PAVIA

Trasferire la conoscenza prodotta dall'Università di Pavia al mercato mediante la costituzione di nuove imprese e favorire al contempo l'arrivo di grandi aziende del settore biomedicale e biotecnologico.

Questa la sfida del Parco Tecnico Scientifico "Scienza e tech della vita" il cui progetto è stato approvato e finanziato da Regione Lombardia.

Un progetto che, presentato dalla Provincia di Pavia in qualità di capofila e che vede tra i soggetti attuatori l'Università, la nostra Camera di Commercio, la Fondazione Banca del Monte di Lombardia, il Polo Tecnologico e Agroittica Acqua&Sole spa, è riuscito a classificarsi primo tra i 21 presentati in Lombardia e primo tra i sette che verranno finanziati dal Pirellone per un importo complessivo di 5 milioni e mezzo di euro.

Accanto agli enti attuatori, molto nutrita è la partnership dei soggetti aderenti che vanno dai comuni di Pavia e Giussago, alle fondazione ospedaliere, ad associazioni nazionali come Assobiotec e Assobiomedica.

*"Un gran bel gioco di squadra e una unità tra enti – ha commentato in sede di presentazione Bosone – che forse per la prima volta siamo riusciti a costruire e ad attuare nella storia di Pavia e che ci consentirà di trasferire al mercato e quindi in occasioni di sviluppo quella economia della conoscenza di cui siamo da sempre ricchi".*

Grazie al finanziamento regionale sarà possibile realizzare in una prima fase due strutture: un incubatore per imprese biotech nell'edificio universitario di via Taramelli (ex entomologia agraria) che è stato messo a disposizione dall'Ateneo e spazi per ospitare spin off nel campo dell'agricoltura e della alimentazione presso la Cassinazza di proprietà del comune di Giussago.

L'obiettivo è quello di favorire sia la creazione di nuove imprese da parte di laureati o docenti universitari che il trasferimento di importanti imprese esistenti ed operanti nei settori biomedicale e biotecnologico grazie alle favorevoli condizioni, all'offerta di servizi qualificati e soprattutto alla presenza di un distretto della conoscenza che

farà capo all'Università di Pavia.

*"Sarà finalmente possibile mettere in rete i tanti laboratori scientifici dell'Università di Pavia – ha detto il presidente Bosone – oggi scollegati fra loro, mentre la costituzione di un centro servizi avanzato consentirà alle imprese di avere consulenze e di accedere a finanziamenti europei".*

Un progetto dunque per i prossimi 20 anni di largo respiro e di grande prospettiva sono state le parole dei partner dell'iniziativa, Camera di Commercio, Fondazione Banca del Monte di Lombardia e Ateneo Pavese.

Compiacimento per il risultato raggiunto è stato manifestato anche dal presidente della Camera di Commercio. *"Adesso occorre in tempi brevi – ha detto il presidente Giacomo de Ghislanzoni Cardoli – passare alla fase esecutiva, coinvolgendo le istituzioni sanitarie e il mondo industriale per costituire quel polo d'eccellenza che qualificherà la nostra Provincia e ci consentirà di accrescere il tessuto imprenditoriale.*



Pubblicati i bandi per start up e comunicazione digitale

## SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE LE INIZIATIVE DELLA CAMERA

di PATRIZIA ACHILLE

Il programma della Camera di Commercio di Pavia diretto al sostegno e all'incentivazione per lo sviluppo della Ricerca e dell'Innovazione, leve fondamentali per la competitività e il rafforzamento della base produttiva delle imprese del territorio, si svolge attraverso un pacchetto di iniziative che impegnano 2,2 milioni di euro. Le risorse, messe a disposizione da Camera di Commercio, Sistema Camerale e Regione Lombardia, saranno erogate, alle imprese che presenteranno istanza, in forma di contributo a fondo perduto.

I contenuti e le modalità di accesso delle diverse misure sono state illustrate il 24 ottobre presso la sede camerale di Via Mentana e prevedono la seguente suddivisione di risorse:

**Per informazioni ed assistenza  
contattare l'Ufficio Studi  
Statistica - Sviluppo e Credito:  
0382.393338-228  
studi@pv.camcom.it**

### **I. EURO 260.000 - BANDO "VOUCHER PER RICERCA E INNOVAZIONE E CONTRIBUTI PER PROCESSI DI BREVETTAMENTO 2012**

Il bando, diretto a sostenere interventi che favoriscano processi di innovazione tecnologica, ricerca, sviluppo, nonché l'introduzione di figure professionali qualificate, oltre a sostenere i processi volti all'ottenimento di brevetti europei/internazionali, è promosso nell'ambito dell'Accordo di Programma tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo. L'obiettivo è quello di avvicinare le imprese ai temi dello sviluppo tecnologico e dell'innovazione, realizzando un sistema in cui i diversi soggetti - imprese, università, centri di ricerca, istituzioni - partecipino attivamente alla realizzazione di processi innovativi nelle piccole e medie imprese della provincia di Pavia, beneficiarie del bando.

L'importo dei contributi varia, a seconda delle misure (n. 5), da un minimo di 2.000 euro a un massimo di 15.000 euro, ed ogni impresa può richiedere fino ad un massimo di tre voucher su misure diverse, eccezion fatta per la misura E su cui è possibile presentare una sola richiesta di contributo.

Le imprese interessate possono presentare domanda esclusivamente attraverso la procedura on line del sito **[www.bandimpreselombarde.it](http://www.bandimpreselombarde.it)** a partire dalle ore 12.00 dell'11 settembre 2012 fino ad esaurimento risorse e comunque non oltre il **28 febbraio 2013**.

## 2. EURO 90.000 - BANDO IMPRESA DIGITALE

Il bando, promosso da Camera di Commercio di Pavia, Sistema camerale lombardo e Regione Lombardia nell'ambito dell'Agenda Digitale Lombarda, concede contributi a fondo perduto, fino ad un massimo del 50%, sulle spese sostenute per l'acquisto di tecnologie ICT o per la creazione di nuove tecnologie digitali da introdurre sul mercato ICT.

Articolato in 2 misure, in base alle dimensioni dell'impresa, il bando è rimasto aperto dal 2 al 31 ottobre scorso ottenendo un buon riscontro sul nostro territorio già a questa sua prima edizione: 37 i progetti presentati per un totale di oltre un milione di investimenti, testimoniano l'interesse che ha suscitato l'iniziativa ma anche il potenziale espresso dal tessuto produttivo provinciale in termini di capacità di attivazione di strumenti e processi di crescita tecnologica, su cui far leva per sviluppare la competitività del nostro sistema economico.

## 3. EURO 1.650.000 – BANDO PER LA PRESENTAZIONE DI PROGETTI DI COMUNICAZIONE DIGITALE PER IL BUSINESS DELLE MPMI LOMBARDE

Il Bando, tenuto conto del "gap" presente nell'utilizzo dei digital media nelle attività di comunicazione da parte delle micro, piccole e medie imprese lombarde, si propone di incentivare progetti di investimento in strategie di marketing innovation, realizzati dalle imprese attive sul territorio regionale, che intendono sfruttare tutte le nuove forme e tecnologie di comunicazione digitale per aumentare il proprio business, aggiungere valore ai propri prodotti e servizi e trovare nuovi mercati attraverso internet e gli strumenti web 2.0. Prevede 2 misure:

Misura a) progetti di comunicazione digitale: volta a finanziare l'introduzione in azienda di progetti di comunicazione e marketing digitale finalizzati a sviluppare nuovi processi comunicativi e/o nuovi modelli di business (€ 1.150.000,00);

Misura b) giovani per la creatività digitale: per favorire l'inserimento professionale dei giovani e la stabilizzazione professionale di lavoratori già presenti in azienda per realizzare progetti di comunicazione digitale finalizzati ad innalzare la competitività delle aziende in ambito locale, nazionale e internazionale (€ 500.000,00).

Possono beneficiare dei contributi per entrambe le misure previste dal presente Bando, le micro, piccole e medie imprese di tutti i settori, ad esclusione di quelli non ammessi dal Regolamento CE n. 1998/2006 (de minimis) presentando la domanda on line al sito [www.bandimpreselombarde.it](http://www.bandimpreselombarde.it) a partire **dal 27 novembre prossimo e fino al 24 gennaio 2013**.

## 4. EURO 200.000 – BANDO A SOSTEGNO DI NUOVI PROGETTI IMPRENDITORIALI A CARATTERE INNOVATIVO

L'iniziativa intende sostenere i progetti e le idee imprenditoriali più innovative, economicamente sostenibili ed interessanti per il mercato, nonché favorire la nascita e la crescita di nuove imprese innovative e spin off, anche industriali, attraverso un contributo a fondo perduto sul progetto proposto che possa sopperire alla carenza di capitale, tipica della fase di start up.

E' rivolta ad imprese da avviare o avviate - da non oltre sei mesi dalla data di pubblicazione del bando - aventi sede operativa sul territorio provinciale. Il focus della valutazione, ai fini del contributo, verterà sulla sostenibilità, sul grado di innovatività e sul potenziale di crescita del progetto presentato oltreché sulla effettiva "cantierabilità" dell'idea e sulla validità capacità e solidità del team imprenditoriale.

Il bando prevede l'erogazione di un contributo pari al 50% del valore del progetto da realizzare fino ad un massimo di € 20.000 ed un investimento minimo di € 5.000.

Sarà possibile presentare le domande presso la sede Centrale della Camera di Commercio di Pavia **fino al 30 aprile 2013**.

## Disponibili 20 milioni di euro di finanziamenti

# UN PATTO PER IL TERRITORIO PER SOSTENERE LE IMPRESE

di MARIO CANTELLA



è quello dell'Euribor a 3 mesi media precedente, maggiorato di uno spread in funzione delle finalità del finanziamento, del rating che misura le performances dell'azienda e dell'eventuale presenza di garanzia consortile.

I finanziamenti ammessi coprono sia programmi di sviluppo (compresi reti d'impresa e internazionalizzazione), nuova occupazione e riqualificazione del personale, esigente di circolante e di equilibrio della struttura patrimoniale e finanziaria. Un accordo importante che arriva in un momento particolare per l'economia pavese alle prese con una sofferenza sempre più marcata e con indici congiunturali di segno negativo e con l'accesso al credito di fatto contingentato e il più delle volte di difficile concessione da parte degli istituti di credito.

Finanziamenti alle imprese fino ad un massimo di 500 mila euro per investimenti, ristrutturazioni, nuova occupazione, bisogno di liquidità.

Si chiama "Patto per il territorio pavese" l'accordo sottoscritto da Confindustria Pavia con la Banca Popolare Commercio e Industria (gruppo Ubi) che mette a disposizione 15 milioni di euro fino al 31 marzo 2013 a tassi e condizioni competitive.

L'accordo è esteso a tutte le imprese iscritte alla Camera di Commercio e quindi anche artigiani, commercianti, agricoltori, imprese dei servizi. Sono escluse le immobiliari e le finanziarie. Gli importi che possono essere richiesti variano da un minimo di 10 mila euro ad un massimo di 500 mila e riguardano i costi sostenuti nei sei mesi precedenti la richiesta e quelli da sostenere nei sei mesi successivi.

Il tasso praticato per finanziamenti con durata 36 mesi

*"Ci sono diversi aspetti significativi da sottolineare - dichiara il presidente di Confindustria Pavia Franco Bosi - in primo luogo l'accordo è esteso a tutti i settori produttivi e questo vuol dire fare sistema e fare gioco di squadra. Inoltre l'accordo è molto ampio e consente alle imprese di accedere a finanziamenti per diverse tipologie di investimenti, comprese anche nuove assunzioni".*

Anche le condizioni strappate sono giudicate le migliori oggi ottenibili. *"Il tasso più basso è del 3,50% sempre in base al rating aziendale - fa notare il presidente Bosi - quello più alto del 5,80%. L'accordo mi auguro possa aprire un diverso atteggiamento da parte degli istituti di credito che, la Banca Popolare lo sta dimostrando, non possono più considerare e trattare la provincia di Pavia solo come terra fertile di raccolta e poco di impieghi. Abbiamo bisogno oggi più che mai di banche in grado di sostenere lo sviluppo competitivo delle imprese pavesi".*

# AUTUNNO PAVESE DOC 2012



## UNA EDIZIONE DA GRANDI NUMERI

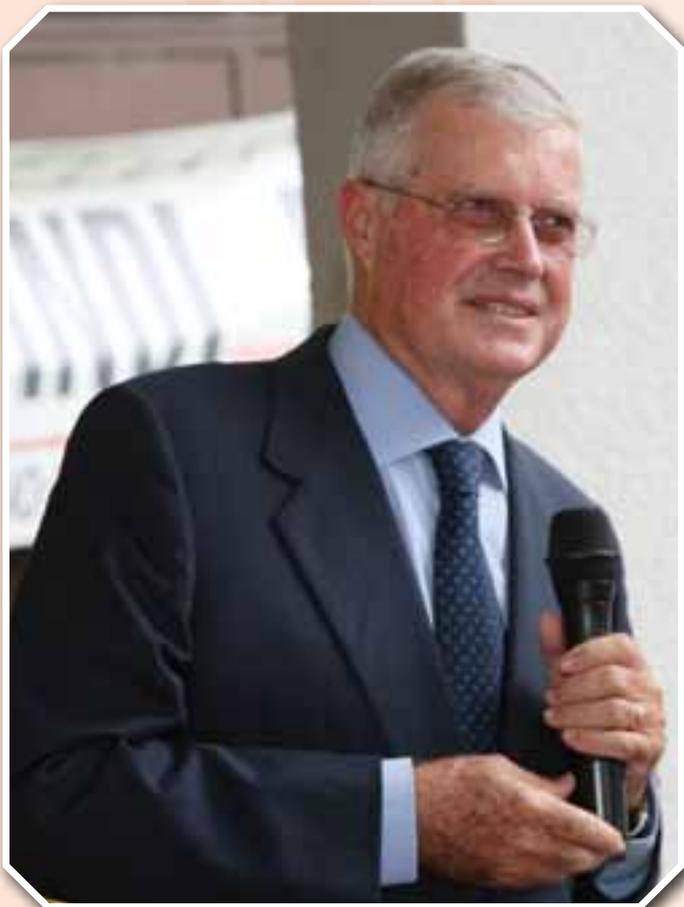
L'edizione 2012 della mostra-mercato delle eccellenze enogastronomiche della Provincia di Pavia ha confermato i dati di affluenza della passata edizione, allorchè il numero di visitatori aveva toccato quota 26 mila. Una partecipazione di pubblico che riconferma la centralità della rassegna pavese nel calendario degli eventi provinciali e fa "di Autunno Pavese" la vetrina di eccellenza per far conoscere i prodotti e soprattutto i produttori del nostro territorio.

Anche la 60esima edizione ha fatto registrare nei quattro giorni di apertura un alto gradimento per la degustazione di piatti e prodotti tipici: sono stati consumati 3 mila porzioni di risotti e 2500 di pizocheri.



Anche la formula ormai sperimentata dei laboratori del gusto ha fatto registrare il tutto esaurito ai corsi di cucina e di degustazione. Grande la soddisfazione degli espositori presenti non solo per l'interesse ai loro prodotti ma soprattutto per le vendite.

*"Nonostante la concomitanza poco favorevole con la maratona di Pavia - afferma il presidente Giacomo de Ghislanzoni Cardoli - che di fatto ha limitato la circolazione nella giornata di domenica e il stracittadina milanese di calcio alla sera, è stata una edizione ancora una volta più che positiva. Mi piace sottolineare il successo delle cene e l'alto livello delle scuole alberghie-*



*re partecipanti alla seconda edizione del concorso, la presenza di personaggi umanamente straordinari come Livio Berruti e Lino Maga e il ricordo significativo che abbiamo voluto dedicare alla figura di Gianni Brera, non solo come giornalista sportivo ma come ambasciatore e cantore della nostra provincia”.*

Il concorso delle scuole alberghiere è stato vinto per la seconda volta consecutiva dall' Istituto Santa Chiara di Voghera e Stradella che si è aggiudicato il premio di 1500 euro per l'acquisto di attrezzature messo a disposizione dalla Camera di Commercio. Nella serata di lunedì, alla quale hanno preso parte il Prefetto di Pavia, il Presidente e diversi assessori della Provincia di Pavia sono state premiate le seguenti aziende per essere da vent'anni sempre presenti alla mostra-mercato: Associazione Villaggi Sos - Cavalier Dagradi - Corte dell'Oca - Fratelli Collivasone - Fratelli Giorgi - Menino Luca.

Tra le tante novità dell'edizione 2012 lo spazio messo a disposizione delle Camere di Commercio di Brescia, Mantova, Cremona e Sondrio. I visitatori hanno così potuto assaggiare e acquistare le specialità e i prodotti tipici di quei territori. Dalla bresaola ai diversi tipi di formaggi a partire dal Grana Padano e poi i salumi mantovani, gli olii del Garda, il miele, i torroncini e naturalmente i grandi vini lombardi. Tutte le sere a partire dalle 19.00 sono stati serviti i pizzoccheri valtellinesi in abbinata ai vini pavesi.

Molto apprezzati anche i percorsi sensoriali del gusto per scoprire abbinamenti insospettabili come i formaggi oltrepadani e le birre artigianali o il salame di Varzi e il Cruasè.

Le due mostre fotografiche dedicata ai 60 anni di Autunno Pavese e a Gianni Brera (quest'ultima proveniente dal Comune di San Zenone Po) hanno riallacciato i fili con la memoria e con chi ha raccontato e prima ancora amato Pavia e la sua Provincia. Negli anni Settanta Gianni Brera avviò una collaborazione con la Camera di Commercio di Pavia. Per il tramite dell'amico scultore Carlo Mo, il grande scrittore e giornalista a partire dal 1969 ideò e diede vita insieme a Luigi Veronelli - con il quale nel 1973 scrisse "La Pacciada" - al "Campionato Lombardo di Gastronomia".



## INAUGURAZIONE 05-10-2012

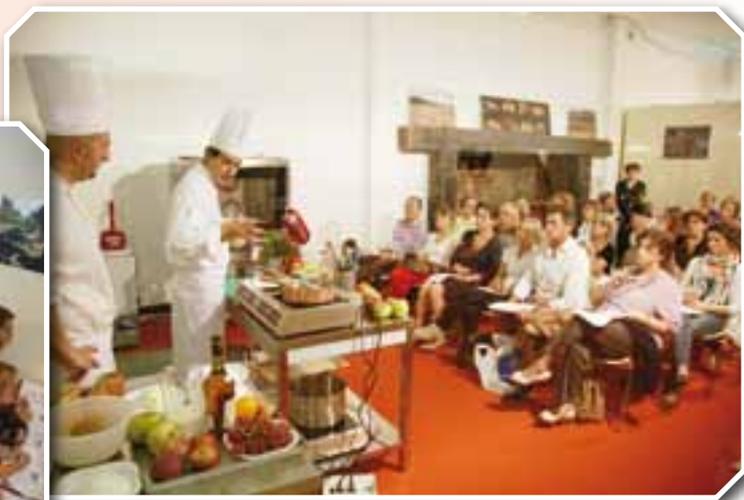


Il taglio della torta da parte di sua Eccellenza il Prefetto Peg Strano Materia, ha completato la cerimonia di inaugurazione della edizione 2012 di Autunno Pavese.

Il taglio del nastro ha visto insieme il nostro Presidente, il Prefetto e il presidente della Provincia inaugurare la rassegna che quest'anno ha festeggiato la sessantesima edizione consecutiva, un traguardo importante che testimonia la centralità e l'importanza costruita negli anni come vetrina di eccellenza per la conoscenza e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari del nostro territorio.



## CORSI E LABORATORI



Anche in questa edizione i corsi di cucina hanno fatto registrare il tutto esaurito, grazie anche alla presenza del famoso chef Sergio Barzetti. Dagli svariati modi per cucinare con le mele ai segreti della cucina semplice sinonimo non di banale, ma di moderna creatività, alle ricette con protagonista la regina dell'orto d'autunno, la Zucca Bertagnina De.Co., tante sono stati i consigli, le indicazioni e le suggestioni per i partecipanti. L'offerta dei corsi ha consentito anche di scoprire il segreto che trasforma acqua e farina in buonissimo pane, il lievito, e come preparare in poco tempo antipasti ed aperitivi, grazie alla tecnica dei finger foods.

Inoltre ogni sera sono stati proposti nuovi e sfiziosi abbinamenti: ad esempio birra e formaggio, ma anche salame di Varzi e Cruasè e tanti altri. Molto apprezzata la verticale del vino preferito da Gianni Brera: il Barbacarlo.



## SAPORI PAVESI IN SFIDA



**L'Istituto Santa Chiara di Stradella-Voghera** si è aggiudicato per la seconda volta consecutiva il concorso "Sapori pavesi in sfida". Dopo il grande successo dello scorso anno, dove è stato sperimentato per la prima volta, anche in questa edizione di Autunno Pavese Doc si è deciso di dare seguito alla sfida ai fornelli tra le scuole pavesi. Il tema al quale le quattro scuole alberghiere della provincia di Pavia hanno dovuto ispirarsi per la preparazione dei loro menu è stato Gianni Brera.

Il grande giornalista nel 1969, oltre a

curare l'ufficio stampa di Autunno Pavese, diede vita insieme a Luigi Veronelli al "Campionato Lombardo di Gastronomia". Alcuni dei piatti preparati dovevano fare esplicitamente riferimento ad uno dei personaggi sportivi resi famosi da Gianni Brera con un soprannome.

Questo l'ordine con il quale le quattro scuole alberghiere della provincia di Pavia si sono affrontate:

Venerdì 5 Ottobre 2012 - **Istituto Vittorio Alfieri - Voghera**

Sabato 6 Ottobre 2012 - **Istituto Ciro Pollini - Mortara**

Domenica 7 Ottobre 2012 - **Apolf - Pavia**

Lunedì 8 Ottobre 2012 - **Istituto Santachiara - Stradella**

# MOSTRA SU BRERA E SULLE 60 EDIZIONI



Per ricordare e soprattutto festeggiare le sessanta candeline di "Autunno Pavese" è stata realizzata una mostra fotografica con materiale (fotografie ma anche manifesti) proveniente dall'archivio camerale. Per molti visitatori è stato un tuffo nel passato su eventi che hanno accompagnato la crescita, l'evoluzione e soprattutto la sfida, dopo 60 edizioni consecutive ormai vinta, di "Autunno Pavese".

Per ricordare invece il ventennale della scomparsa di un grande pavese Doc come Gianni Brera, è stata allestita una mostra con il materiale proveniente da museo allestito da San Zenone Po, paese nativo di Brera, e sono stati invitati il campione d'atletica Livio Berruti e Lino Maga produttori di Barbacarlo.

## PREMIATI I FEDELISSINI DELLA RASSEGNA



L'edizione 2012 di Autunno Pavese ha introdotto la premiazione delle aziende che da 20 anni sono fedelissimi della manifestazione e che hanno sempre assicurato la loro partecipazione. Un riconoscimento che ha inteso sottolineare lo stretto legame con la nostra rassegna nella consapevolezza che solo partecipando e dando continuità alla presenza in fiera è possibile sia far crescere e qualificare la rassegna, creare un rapporto diretto con il pubblico. Il presidente della Camera di Commercio, il Prefetto di Pavia e il Presidente della Provincia di Pavia hanno consegnato i riconoscimenti a:

- **Forno F.lli Collivasone,**
- **Dagradi Cav. Giuseppe e Figli,**
- **Giorgi F.lli,**
- **Menino Luca,**
- **Corte dell'Oca di Gioachino Palestro,**
- **Associazione SOS - Villaggi dei Bambini Onlus.**



## Successo dell'iniziativa organizzata dalla Camera

# JOB DAY. LA GIORNATA DEL LAVORO E DEL FARE IMPRESA

di VANESSA BIFFI

Martina, 16 anni, studentessa e manager per un giorno, Jacopo, 17 anni, studente e capo reparto per un giorno. Queste alcune delle esperienze vissute dagli studenti di 14 scuole superiori della provincia di Pavia che hanno aderito, nel mese di ottobre, all'iniziativa **“JOB DAY. La giornata del lavoro e del fare impresa”**.

Il progetto - realizzato grazie a Paviaviluppo, l'azienda speciale della Camera di commercio di Pavia e promosso da Unioncamere - ha avuto come obiettivo di proporre agli studenti una formazione “sul campo” per consentire loro di cogliere gli insegnamenti pratici del mondo aziendale.

Il “JOB DAY”, è una formula di orientamento innovativa in Italia ma consolidata in Usa e Canada. L'iniziativa ha permesso ai giovani studenti della nostra provincia di seguire, per un giorno, un imprenditore o un lavoratore in imprese, associazioni, uffici pubblici, negozi, studi professionali, laboratori, officine.

L'8 novembre scorso presso la Camera di Commercio di Pavia si è tenuto l'evento conclusivo che ha visto le testimonianze di alcuni ragazzi sull'esperienza vissuta.

*“In un momento economico difficile come l'attuale è stato un segnale importante - ha afferma il Presidente della Camera di Commercio di Pavia, Giacomo de Ghislanzoni Cardoli - la disponibilità di oltre 30 tra aziende ed enti pubblici ad accogliere gli studenti delle nostre scuole superiori per far capire dal vivo l'organizzazione e le modalità di fare impresa e di fornire servizi. Per la ripresa del nostro Paese è essenziale che i giovani sempre più riscoprano la voglia di intraprendere”*.

Il Presidente ha consegnato gli attestati agli studenti delle scuole superiori e della facoltà di Ingegneria dell'Università di Pavia che hanno partecipato a stages in Spagna, Germania e Belgio. La Camera di Commercio di Pavia attraverso la sua azienda speciale Paviaviluppo, ha infatti emanato lo scorso mese di marzo un “Bando per il rimborso di stage e percorsi in alternanza in contesti lavorativi internazio-

nali all'estero”. Sono stati erogati oltre 22.000 euro per diciotto borse di studio dell'importo medio di 1000 euro ciascuno a dieci studenti delle scuole secondarie pavese (Istituti Cossa; Cremona e Bordononi di Pavia) e a otto studenti della Facoltà di Ingegneria dell'Università di Pavia e 800 euro lordi ai rispettivi tutor scolastici. La durata media degli stage è stata di 15 giorni tra giugno e luglio per gli studenti delle scuole superiori che hanno svolto i loro stages in Spagna e Germania, e di un mese ad agosto in Belgio per gli studenti universitari.



Le norme e gli adempimenti da conoscere

## LA TUTELA DEL MADE IN ITALY

di STEFANO GATTI

La salvaguardia dei prodotti nazionali dalla concorrenza sleale delle merci d'importazione costituisce un obiettivo per il quale si sono battuti i governi di quegli Stati europei, come l'Italia, in grado di vantare un elevato livello di qualità delle proprie produzioni, dato da una molteplicità di fattori ambientali e culturali. Tuttavia spesso le norme dai legislatori nazionali sul *made in* hanno attraversato un percorso travagliato, dovendo fare i conti con i diversi interessi in gioco nell'ambito delle politiche determinanti sulle componenti della bilancia commerciale del Paese.

Un passo fondamentale per la lotta alla contraffazione è costituito dall'art. 4, comma 49 della legge finanziaria per il 2004 (l. 350/2003), secondo il quale l'ingresso di prodotti recanti false o fallaci indicazioni di provenienza o di origine costituisce reato ai sensi dell'articolo 517 del codice penale. E' da considerare come *falsa indicazione* la stampigliatura *made in Italy* su prodotti non originari dall'Italia ai sensi della normativa europea sull'origine; per fallace indicazione si intende l'uso di segni, figure, o quant'altro possa indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana, anche qualora sia indicata l'origine e la provenienza estera. L'art. 517 del codice penale punisce con il sequestro della merce, la reclusione fino a un anno e la multa fino a ventimila euro chiunque pone in vendita o mette altrimenti in circolazione opere dell'ingegno o prodotti industriali con nomi, marchi o segni distintivi nazionali o esteri, atti a indurre in inganno il compratore sull'origine, provenienza o qualità dell'opera o del prodotto.

La norma, tuttavia, non identifica in positivo le fasi di lavorazione cui si possa attribuire l'origine dei prodotti, circoscrivendo l'obbligo di indicazione di provenienza alle sole ipotesi di utilizzo del marchio in modo ingannevole.

Il processo di tutela del *made in Italy*, in accordo alla necessità - riconosciuta sul piano comunitario - di porre in essere misure a difesa del consumatore, sembra consolidarsi con l'approvazione nel 2005 del d.lgs. n. 206, il "Co-

dice del Consumo": secondo l'art. 6 deve rientrare, tra le informazioni minime riportate sui prodotti destinati al consumatore (denominazione legale o merceologica del prodotto, segni distintivi e sede legale del produttore o di un importatore), anche quella relativa al Paese di origine, se situato fuori dell'Unione europea.

Tuttavia cominciano ben presto a manifestarsi difficoltà applicative della norma, e con il d.l. 273/2005, convertito nella l. n. 51/2006, l'efficacia di tale disposizione viene sospesa fino all'emanazione di apposito decreto attuativo interministeriale, che sinora non ha visto la luce.

Una soluzione sembrava prospettarsi con l'art. 17 della legge n. 99/2009, che definiva come "fallace indicazione" l'uso di marchi di aziende italiane su prodotti o merci non originari dell'Italia senza indicazione precisa, in caratteri evidenti, del Paese o del luogo di fabbricazione o di produzione. In tal modo le imprese che spostavano all'estero la produzione, volendo apporre il proprio marchio sul prodotto, avrebbero dovuto indicare anche l'origine estera del prodotto. Senonchè, come evidenziato dalle indicazioni ministeriali, tale norma dava luogo a dubbi inter-



pretativi che ne rendevano problematica l'applicazione da parte degli organi di controllo; pertanto veniva spostato il tiro con il d.l.n. 135/2009, convertito nella l. 166/2009, che cancellava l'art. 17 della legge 99.

Si manifesta a questo punto l'evidente stridore tra le esigenze, da una parte, di tutelare il consumatore e il sistema produttivo italiano, e dall'altra di conformarsi al divieto - derivante dai principi della Comunità Europea - di adottare normative atte a frenare anche indirettamente i liberi scambi intracomunitari.

Il decreto 135 definisce il concetto di *full made in Italy* o prodotto interamente italiano, che si distingue dal semplice *made in Italy*, ricavabile dalla normativa doganale comunitaria (Reg. CEE n. 2454/93, Reg. CE n. 450/2008). Infatti quest'ultimo viene determinato sulla base della possibilità di attribuire un'origine italiana a un prodotto fabbricato in Italia, ma contenente elementi di diversa origine. Più specificatamente, secondo la normativa doganale, le merci alla cui produzione hanno contribuito due o più Paesi o territori sono considerate originarie del Paese o territorio dove hanno subito l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale. Quindi, in concreto, se alla produzione del prodotto contribuiscono oltre all'Italia anche altri Paesi e l'ultima trasformazione/lavorazione sostanziale è avvenuta in un altro Paese, la merce si deve considerare originaria di tale Paese e non si può apporre il *made in Italy*.

Per prodotto *full made in Italy* invece si intende quello per cui - oltre alle caratteristiche sopra indicate - il disegno, la progettazione, la lavorazione e il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano.

L'art. 16 del decreto 135/2009 contiene l'attuale riformulazione dell'art. 4, comma 49 della citata l. 350, con il quale, mentre prima l'illecito sembrava configurarsi in mancanza delle indicazioni precise del luogo di fabbricazione, vengono definiti in positivo gli elementi della condotta richiesta al titolare o al licenziatario del marchio, al fine di informare correttamente il consumatore circa l'effettiva origine del prodotto. Inoltre si specifica che per non incorrere nella sanzione amministrativa da Euro 10.000 e Euro 250.000 prevista per la *fallace indicazione*, i soggetti interessati (titolari o licenziatari di marchi) devono accompagnare i prodotti - in alternativa con:

- indicazioni precise ed evidenti sull'origine o provenienza estera, o comunque sufficienti ad evitare qualsiasi fraintendimento del consumatore, ovvero
- un'attestazione circa le informazioni sull'effettiva origine estera dei prodotti, da rendere a cura degli stessi soggetti interessati in fase di commercializzazione. In sostanza, quindi, il produttore/importatore non è tenuto ad indicare l'origine nei confronti del consumatore

finale, a condizione che non siano presenti indicazioni o segni che possano trarre in inganno sull'effettiva origine del prodotto.

Le circolari del MiSE e dell'Agenzia delle Dogane elencano le diciture che possono essere utilizzate nell'appendice informativa: *prodotto fabbricato in* (ovvero di provenienza, ovvero importato da) Paesi extra UE"; *prodotto non fabbricato in Italia*. Nel caso in cui tali informazioni non fossero materialmente realizzabili prima della fase di commercializzazione, il titolare del marchio o il licenziatario possono comunque - al momento della presentazione in dogana - utilizzare l'attestazione di impegno a rendere analoghe informazioni al consumatore sull'effettiva origine estera del prodotto.

E' da ricordare che per determinati prodotti è prevista comunque da disposizioni speciali l'obbligatoria indicazione del luogo di origine, come ad esempio i giocattoli (d. lgs. 54/2011). Per altre categorie, come i prodotti alimentari (l. 4/2011) o i tessili, la pelletteria e i prodotti calzaturieri la l. 55/2010 (c.c. legge Reguzzoni-Versace) le recenti normative prevedono un analogo obbligo: tuttavia, come è noto, l'efficacia delle leggi è rimasta sospesa in mancanza dei decreti attuativi che tardano a venire alla luce, essendo la loro gestazione sulla linea di fuoco delle norme comunitarie sulla libera circolazione delle merci.

In effetti il processo intrapreso a livello comunitario da oltre sette anni per rendere omogenea la tracciabilità delle merci extra UE ha subito un'ulteriore battuta d'arresto. Nel travagliato iter che ha coinvolto il Parlamento europeo, il Consiglio e la Commissione quest'ultima ha stralciato la proposta di un apposito Regolamento dal programma di lavoro previsto per il 2013. Questo nonostante il Parlamento negli ultimi anni con diverse risoluzioni si fosse sempre espresso a favore del *made in*. Tale esito, oltre a dimostrare gli effettivi punti di debolezza nella coesione dei diversi interessi a livello comunitario che si manifestano in spinosi *trade-off* decisionali, mette in luce la forte influenza della globalizzazione, essendo la risoluzione influenzata da recenti pronunce del World Trade Organization che hanno frenato alcune misure analoghe adottate dagli Stati Uniti.

Per quanto riguarda i tessili, una nuova prospettiva - seppure incerta - sembra aprirsi con il Regolamento UE n. 1007/2011, che prevede entro il 30 settembre 2013 una Relazione da parte della Commissione circa i possibili nuovi obblighi di etichettatura da introdurre per fornire ai consumatori informazioni accurate sul Paese di origine e informazioni supplementari intese a garantire la piena tracciabilità dei prodotti tessili, tenendo conto dei risultati degli sviluppi su eventuali norme orizzontali relative al Paese di origine. Per questo tale la Commissione dovrebbe partire

da un'ampia consultazione delle parti interessate, inclusi i consumatori.

Mentre permangono, dunque, i limiti alle garanzie di trasparenza nei confronti dei consumatori e sfuma – almeno per il momento - uno strumento utile per la valorizzazione dei prodotti italiani, in sede giurisprudenziale, con la sentenza n. 225 del 27.1.2012 la Cassazione comunque dimostra che l'esistente quadro normativo sul *made in Italy* possa essere sufficiente, in determinate circostanze, a tutelare la fede pubblica. Nel caso in questione il con-

trassegno *made in Italy* veniva ritrovato su semilavorati del settore calzaturiero, prodotti all'estero e destinati ad essere assemblati in Italia per la fabbricazione di calzature. La sentenza, confermando il provvedimento restrittivo sulla merce, ha confutato la tesi, espressa dal ricorrente, della liceità di tale apposizione sulla base della legge 55, che consente l'impiego della dicitura *made in Italy* su prodotti finiti per i quali almeno due fasi della lavorazione abbiano avuto luogo prevalentemente in Italia. In realtà bisogna notare che la legge 55 stabilisce che per poter apporre legalmente la dicitura *made in Italy* le fasi della lavorazioni devono essere state effettuate prevalentemente nel territorio nazionale; inoltre per le rimanenti fasi deve essere verificabile la tracciabilità.

In ogni caso, secondo la Cassazione, in ossequio ai principi della norma doganale comunitaria a cui rinviano le leggi nazionali, si deve fare riferimento al criterio dell'ultima trasformazione/lavorazione sostanziale. Richiamando precedenti pronunce, si riconosce che l'impresa nazionale che sposta la produzione all'estero può apporre il proprio marchio sulla merce, in quanto quest'ultimo non ne indica l'origine da un determinato luogo di produzione, ma la sua provenienza da uno specifico imprenditore, che si rende garante della qualità del prodotto verso gli acquirenti. Invece si ribadisce la presenza del reato penale quando viene utilizzata vicino al proprio marchio la dicitura *made in Italy* o altri segni che attestino ingannevolmente che il prodotto è stato fabbricato in Italia o in un Paese diverso da quello di effettiva fabbricazione.



### LE FUNZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Con la recente entrata in vigore del d. l. 83/2012 "Misure urgenti per la crescita del paese" convertito nella legge 134/2012 è stata conferita alle Camere di Commercio la potestà sanzionatoria in materia di Made in Italy.

Inoltre gli Enti camerali proseguono nel proprio impegno a diffondere tra gli operatori le conoscenze per la corretta applicazione della normativa; perciò verranno anche organizzati eventi formativi destinati alla collettività su queste tematiche essenziali per il sostegno delle imprese e la trasparenza del mercato.

L'assegnazione dei compiti sanzionatori appare naturale e logica conseguenza delle funzioni già svolte dal sistema camerale riguardo la tutela del mercato, e in particolare a difesa del consumatore e della fede pubblica, come avviene nell'ambito di altri settori specifici di particolare rilevanza, come la sicurezza dei giocattoli, dei prodotti elettrici, l'etichettatura dei tessili. Per quanto attiene il *made in Italy*, fermo restando che la vigilanza continua a essere affidata agli organi di polizia giudiziaria, le Camere di Commercio dovranno esaminare i rapporti pervenuti dagli accertatori, e pronunciarsi sull'applicazione delle conseguenti sanzioni amministrative, comprensive delle eventuali confische da disporre sulle merci rinvenute non a norma.

A tal proposito il MISE ha inviato la nota n. 173529 nel mese di agosto, dettando alcune modalità applicative che riguardano l'individuazione temporale del passaggio delle funzioni alle Camere di Commercio, nonché l'identificazione dei criteri per definire la competenza territoriale, che deve basarsi sul luogo dell'accertamento, salvo che non siano riscontrabili elementi costitutivi della violazione, tali da far ritenere che l'effettiva commissione dell'illecito sia avvenuta in altro luogo.

## Il percorso per valorizzare l'Oltrepò rurale

# OPERATORI E TERRITORIO INSIEME PER LA QUALITÀ

di STEFANIA SAVIOTTI

Paviasviluppo, attraverso un percorso di accompagnamento, durato circa 1 anno, ha cercato di portare il territorio dell'Oltrepò pavese verso la conoscenza e la consapevolezza delle risorse locali - delle modalità e opportunità per valorizzarle - il miglioramento della qualità dell'offerta turistica locale e il rafforzamento della capacità competitiva delle imprese locali.

Fase centrale è stata l'informazione, il coaching e affiancamento ad imprenditori, enti, ma anche ai giovani attraverso la realizzazione di incontri e seminari che si sono svolti sul territorio dell'Oltrepò rurale - della durata di 4-8 ore - realizzati con modalità didattiche innovative. Diversi gli argomenti trattati: dal tema dei Distretti in agricoltura, alla valorizzazione dell'attività nell'agriturismo moderno, alle strategie di marketing e comunicazione per Expo 2015..ma non solo, alla promozione del vino e del territorio in generale con particolare attenzione al tema dell'accoglienza, alle Reti d'Impresa, alla filiera del costruire sostenibile portando, in alcuni casi, anche esempi di buone prassi. Inoltre, sono state realizzate visite guidate in due realtà rurali che hanno intrapreso con successo un percorso di animazione economica territoriale, l'esperienza di San Michele all'Adige, e la visita nelle Langhe, un territorio a vocazione vitivinicola che ha intrapreso un percorso di promozione delle tipicità.

Scopo principale dell'attività di sensibilizzazione è stato quello di stimolare lo sviluppo di relazioni di filiera nei settori agricolo, agroalimentare e turistico con particolare riferimento allo sviluppo della cooperazione per la valorizzazione del territorio e dell'associazionismo tra i produttori.

Questa azione è nata dall'idea di far nascere e consolidare un sistema per lo sviluppo locale territoriale attraverso attività che assicurino la promozione e la valorizzazione territoriale facendo leva sullo sviluppo del turismo in ambito rurale e l'animazione economica rivolta alle imprese di settore.

Tali fattori rappresentano due motori che insieme possono far crescere l'occupazione, rafforzare le capacità d'uso

delle nuove tecnologie e sviluppare il settore dei servizi alle imprese.

Tuttavia gli attori del progetto di animazione territoriale non sono stati solo i Comuni, le associazioni di categoria o gli imprenditori, ma sono anche e soprattutto gli abitanti del territorio stesso, che prendono coscienza della loro identità territoriale e del loro ruolo nel processo di sviluppo locale.

L'obiettivo è stato quello di sensibilizzare il territorio alla valorizzazione della tipicità, prepararlo al cambiamento nei gusti del consumatore e al ruolo strategico che il comparto agroalimentare può avere nello sviluppo dell'economia dell'area.

Si è cercato, quindi, di rendere consapevole il territorio dei prodotti locali di eccellenza (salame di Varzi DOP, vino Oltrepò Pavese, varietà locali di frutta, prodotti caseari, prodotti da forno) e che attraverso la loro commercializzazione e promozione si possa promuovere lo sviluppo di queste zone e in alcuni casi convincere le imprese a rimanere ed investire in Oltrepò.

Un esempio virtuoso è stato rappresentato dalla Tavola rotonda che si è svolta a Rivanazzano sulla valorizzazione del prodotto tipico durante la quale produttori locali hanno raccontato la loro esperienza e presentato la propria azienda e in seguito concretizzato la loro passione costituendo la Comunità del Cibo dell'Oltrepò.

Occorre, quindi, lavorare sulla nuova generazione di imprenditori e lavoratori, che deve convincersi a restare, prendendo coscienza delle opportunità di sviluppo di questo territorio e della sua identità.

Scegliere la terra e l'ospitalità per passione, appunto come scelta, come migliore qualità di vita rispetto a tanti altri mestieri.

*L'iniziativa è stata finanziata da PSR 2007-2013 Misura 331 "Formazione e informazione rivolte agli operatori economici nei settori che rientrano nell'asse 3" Sottomisura "B" - Informazione - PSL Gal Alto Oltrepò (Progetto OLTREPO' RURALE: un'ipotesi di accordo per la qualità tra operatori e territorio).*

Le strategie e le scelte aziendali della “Biffignandi spa”

## INVESTIMENTI E RICERCA: COSI SI AFFRONTA LA CRISI

di MARIO CANTELLA



Una storia imprenditoriale che l'anno prossimo festeggerà i 90 anni di attività e che ha portato la **“Biffignandi spa”** di Cassolnovo ad essere azienda leader negli abrasivi flessibili applicati a diversi settori: autoriparazione, legno, metallo, pannelli, parquet, microfinitura.

Di fronte alla crisi che dal 2008 ha prodotto una contrazione del 30% dei mercati di riferimento (in particolare l'industria del mobile), la decisione del presidente Alberto Biffignandi e dell'amministratore delegato Michela Caresana è stata coraggiosa e avveduta: investimenti, acquisizioni, join venture.

Lo scorso mese di ottobre è stato inaugurato un nuovo

reparto di 5 mila metri quadrati. Nel 2009 è invece stato messo a punto il progetto “Sunshine”, una sfida che rappresenta il più importante investimento della storia della società: un piano quinquennale focalizzato sulla ricerca per lo sviluppo di nuovi prodotti abrasivi, al quale verrà dedicato nel periodo risorse superiori al 10% del fatturato.

*“La necessità di trovare sbocchi di mercato nel mondo – spiega il presidente Alberto Biffignandi – ci ha convinti che senza investimenti in ricerca per sviluppare brevetti e innovazione e senza acquisizioni e partnership, lo spazio per intraprendere diventa sempre più stretto e impervio”.*

E' stata così avviata una collaborazione scientifica con l'Università di Torino, (una parte del progetto ha ottenuto un finanziamento su un bando di Regione Lombardia del 25% della spesa sostenuta) e si è in attesa dell'esito della partecipazione al bando europeo come capofila, insieme ad una società tedesca ed una spagnola, del progetto “Ecopolishing” per l'industrializzazione a basso impatto ambientale della ricerca già sviluppata sui microabrasivi.

*“Nel 2010 abbiamo acquistato una società di Cinisello Balsamo – spiega Alberto Biffignandi – specializzata nella costruzione e vendita all'estero di macchine per la levigatura dei pavimenti in legno. Nel 2007 abbiamo invece costituito la “Vetrocare srl” che ha sviluppato una nuova tecnologia adesso operativa per la riparazione dei vetri da rigature e abrasioni e per restituire lucentezza. Dagli oblò delle navi da crociera, ai grandi grattacieli, a negozi e a banche, stiamo operando in tutta Europa ed in Medio Oriente su un mercato potenzialmente molto interessante”.*

Nel 2012 è stata inoltre avviata una join venture con l'azienda inglese “Omnicastr Ltd” per lo sviluppo e produzione di ruote omnidirezionali in relazione alle macchine per la levigatura dei pavimenti ed è in corso un progetto

di ricerca e collaborazione con una società giapponese.

Contestualmente all'individuazione di partner stranieri per poter operare sui mercati internazionali e in settori sempre più specializzati, nello stabilimento di Cassolnovo dove oggi operano 50 addetti, la "Biffignandi spa" ha investito e continuerà ad investire in due nuove divisioni. La "Precision Polishing" è distributrice di una nuova e completa serie di prodotti di micro e superfinitura per finiture high-tech (per togliere per esempio abrasioni o danneggiamenti agli hard disk dei computer) ma anche per la connessione dei cavi delle fibre ottiche. I microabrasivi che vengono commercializzati hanno una gamma di applicazione quanto mai diversificata e che comprende l'elettronica, gli alberi dei motori delle macchine, i cilindri delle macchine da stampa, addirittura gli strumenti odontoiatrici per la lucidatura dei denti.

A breve il "gioiello di famiglia" della Biffignandi spa sarà il nuovo reparto che troverà spazio nei 5 mila metri quadrati inaugurati e che portano lo stabilimento di Cassolnovo ad una estensione complessiva di 11 mila metri quadrati.

*"E' invece già operativo un nuovo reparto di trasformazione dei prodotti microabrasivi - ci spiega Alberto Biffignandi - in ambiente controllato, unico in Europa e denominato ECC, overosia Enviroment Controlled Conversion. Sarà dotato di macchinari ed attrezzature specializzate e di un ambiente*

*asettico per ottenere la migliore qualità di conversione richieste dalle applicazioni high-tech e per evitare la contaminazione dei prodotti".*

Se da una parte il rapporto commerciale avviato fin dal 1923 con un colosso come la multinazionale svizzera "Sia" è ben consolidato e consente alla "Biffignandi spa" di essere leader negli abrasivi flessibili e di operare in tutta Italia con oltre 80 agenti e collaboratori specializzati, dall'altra la sfida per conquistare nuovi mercati passa in prima battuta dalla ricerca.

*"Abbiamo cominciato ad investire già nel 2000 - ricorda Alberto Biffignandi - e nel 2002 la nostra società è stata inserita in uno specifico studio de "Il Sole 24ore" tra le migliori società italiane capaci di creare valore nel lungo periodo. Dico la verità, abbiamo pensato a lungo se effettuare questo ultimo investimento con risorse nostre qui in Italia o in Svizzera, dove ho a lungo operato e vissuto. La burocrazia e la tassazione nascosta in Italia sono defatiganti e assurde, ma la nostra missione e cultura che trae origine dal mercato italiano ha prevalso sull'attrattiva di un ambiente economico più rispettoso delle necessità aziendali".*

Da Cassolnovo arriva l'esempio di una azienda che investe in proprio e in Italia, che si costituisce come gruppo e che sta sviluppando una nuova visione internazionale. Un gran bel messaggio.



Un progetto di animazione, formazione e aggiornamento

## DISTRETTI DEL COMMERCIO L'IMPEGNO DI PAVIASVILUPPO

di DANILO ROSSINI e ROBERTA ASCIONE

Obiettivo trasversale di tutte le politiche della Camera di Commercio, come ente pubblico autonomo espressione del mondo dell'impresa, è la Competitività di Imprese e Territorio. Questo indirizzo strategico è costantemente ispirato alla logica del "fare sistema a livello locale", sentendo forte il compito di contribuire a sviluppare sul territorio ogni possibile sinergia volta a favorire e razionalizzare l'apporto di risorse e competenze per la crescita economica locale.

Quello tra imprese e territorio è un binomio che ha la sua massima espressione nelle realtà distrettuali, nelle aggregazioni e reti di imprese e nelle filiere; e sono proprio questi i temi principali su cui la Camera di Commercio sta lavorando da tempo per dare risposta concreta ai limiti rappresentati dalla piccola dimensione aziendale che caratterizza il tessuto economico provinciale, salvaguardando al contempo spirito e capacità imprenditoriali diffuse nel sistema delle micro e piccole imprese.

La Camera di Commercio di Pavia, nella sua funzione di promotrice di politiche a favore del territorio e della sua attrattività, ha svolto sin dal primo bando regionale un ruolo attivo a supporto dell'iniziativa dei Distretti del Commercio<sup>1</sup>, che ha coinvolto negli ultimi anni oltre 80 Comuni del territorio pavese.

I Distretti del Commercio, siano essi Diffusi o Urbani, rappresentano quindi un fattore di integrazione e valo-

1 Regione Lombardia definisce il Distretto del Commercio come "un'area con caratteristiche omogenee per le quali soggetti pubblici e privati propongono interventi di gestione integrata nell'interesse comune dello sviluppo sociale, culturale ed economico e della valorizzazione ambientale del contesto urbano e territoriale di riferimento" (D.d.g. 7 agosto 2008, n.8951).

rizzazione delle risorse di cui dispone il territorio per accrescerne l'attrattività e in questo senso possono fornire un ulteriore impulso all'impegno promozionale dell'ente camerale.

La Camera infatti è consapevole del valore centrale del territorio e della necessità di sviluppare la sua identità attraverso la promozione delle note eccellenze artistiche, ambientali ed enogastronomiche, oltre al progressivo rafforzamento del rapporto tra commercio e turismo, essenziale per lo sviluppo locale. Il commercio rappresenta infatti in provincia di Pavia un settore di particolare rilevanza economica nel tessuto imprenditoriale locale ma anche un elemento di integrazione e coesione sociale, di sviluppo e salvaguardia del territorio e di contrasto alla marginalizzazione.

Per questo motivo è stato accolto con interesse l'invito dei Comuni capofila ad aderire al partenariato pubblico e privato dei Distretti del Commercio non solo con un atto formale ma con una partecipazione attiva dell'ente camerale sia in fase progettuale sia nella realizzazione di iniziative di supporto.

In particolare la Camera ha messo a disposizione le competenze e la professionalità della sua Azienda Speciale Paviaviluppo per realizzare iniziative di sensibilizzazione e formazione rivolte agli operatori commerciali che operano nei Distretti.

La prima esperienza pilota è stata realizzata con successo nell'ambito del Distretto Urbano del Commercio di Pavia tra settembre 2010 e giugno 2011. L'iniziativa ha preso le mosse dai fabbisogni formativi e informativi espressi dai commercianti nell'ambito di un'indagine sul campo effet-



tuata dal Comune di Pavia. Dopo due incontri di sensibilizzazione destinati a promuovere l'immagine del Distretto presso gli operatori e a rafforzare la consapevolezza tra gli operatori della necessità di agire come "sistema integrato di offerta" per consolidare la capacità competitiva dei singoli imprenditori dell'area, Paviaviluppo ha predisposto 8 corsi di formazione finalizzati ad aggiornare e sviluppare le competenze professionali e gestionali degli operatori commerciali. L'iniziativa, nata da un lavoro congiunto di Paviaviluppo, Associazioni di categoria e amministratori, riuniti in uno specifico gruppo di lavoro, ha coinvolto un centinaio di operatori di oltre 60 esercizi commerciali, che hanno partecipato ai corsi, cogliendo con interesse questa opportunità di aggiornamento e crescita professionale sui temi del marketing, delle tecniche espositive e della gestione economica.

I risultati hanno superato le aspettative e pertanto la Camera ha ritenuto opportuno trasferire questo modello di intervento nelle altre realtà distrettuali della provincia attraverso un progetto di sensibilizzazione, assistenza e formazione approvato nell'ambito dell'Accordo di Programma tra sistema camerale e Regione Lombardia.

In particolare l'azione di supporto e condivisione rivolta ai vari Distretti pavesi si è concentrata sui seguenti aspetti:

- Aggiornamento sullo stato di attuazione dei programmi dei Distretti
- Sensibilizzazione delle governance sull'opportunità di far leva sul Distretto del Commercio per la valorizzazione delle eccellenze e delle tipicità locali in un'ottica di marketing territoriale a livello provinciale
- Supporto, affiancamento e formazione agli operatori commerciali

La prima fase del progetto ha riguardato un'attività di indagine qualitativa sul campo. In questa fase si sono realizzate interviste semistrutturate alle governance di tutti i Distretti della provincia di Pavia e a testimoni privilegiati al fine di rilevare i fabbisogni espressi e inespressi in termini di supporto, coaching, formazione e affiancamento. L'indagine ha evidenziato la necessità di una maggiore consapevolezza a livello locale del Distretto,

delle sue funzioni e dei vantaggi che può portare al territorio. E' emersa quindi l'esigenza di sensibilizzare sul tema tutti gli attori sociali (amministratori, cittadini, enti, associazioni, aziende ecc) e di attivare interventi rivolti ai commercianti di formazione e aggiornamento su tematiche legate alla gestione del punto vendita.

Paviaviluppo ha promosso momenti di confronto sotto forma di seminari, incontri e workshop con l'obiettivo di individuare e condividere le soluzioni più idonee per supportare e motivare gli imprenditori commerciali in un'ottica distrettuale.

Si è attivato poi un fitto calendario di interventi di formazione per le aziende commerciali appartenenti ai Distretti su tematiche quali strategie commerciali, merchandising, vetrinistica, pricing, pianificazione e gestione finanziaria, tecniche di fidelizzazione del cliente, strategie di attrattività in rete, centro commerciale di via, outlet collettivo e politiche di scontistica.

Nell'arco del biennio 2011-2012 sono stati realizzati 5 programmi formativi da 8-10 corsi di aggiornamento che hanno coinvolto in tempi diversi i Distretti Diffusi dell'Oltrepò Pavese, i Distretti Diffusi della Lomellina, quelli del Nord Pavese, il Distretto Urbano di Vigevano e quello di Voghera. Sono state erogate circa 450 ore di formazione/informazione e sono stati coinvolti più di 350 tra operatori e amministratori.

Molto è stato fatto ma molto si può ancora fare e la Camera di Commercio, in qualità di istituzione che svolge funzioni di interesse generale per il sistema provinciale delle imprese, intende continuare nel prossimo futuro a lavorare sul binomio imprese e territorio; un territorio ricco di eccellenze imprenditoriali, storiche, artistiche, enogastronomiche e scientifiche che meritano di essere valorizzate a livello nazionale ed internazionale con una visione sistemica e integrata che passa anche attraverso la valorizzazione dei centri urbani, dei centri storici e degli ambiti commerciali naturali.

Dall'incoming alle missioni a Vienna e a Parigi

## ESTERO: LE INIZIATIVE AUTUNNALI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

di STEFANO RUBINO

Nel corso dei mesi di settembre e ottobre hanno avuto luogo tre importanti iniziative promozionali realizzate dalla Camera di Commercio che, per la parte organizzativa, si è avvalsa della sua Azienda speciale Paviaviluppo.

La prima riguarda un **incoming di 12 buyers del settore calzaturiero** provenienti da **Stati Uniti, India e Sudafrica**. I componenti la delegazione sono stati accolti dal Presidente della Camera di Commercio, dal Sindaco e dall'Assessore alle Attività Produttive del Comune di Vigevano e dal Presidente del Consorzio Vigevano Export. Gli ospiti hanno soggiornato nella città ducale dal 19 al 21 settembre e, nel corso del workshop realizzato giovedì 20 **presso la sala "Cavallerizza" del Castello di Vigevano**, hanno incontrato 10 imprese pavese effettuando anche alcuni ordini di campio-

nature. Questo tipo di iniziativa riscontra l'obiettivo di rilancio del comparto calzaturiero vigevanese ed è stata realizzata in collaborazione con Ice, Anci, Consorzio Vigevano Export e Comune di Vigevano.

A seguire, il giorno 11 ottobre, la **Camera di Pavia** è stata **capofila regionale** di un'iniziativa in Accordo di Programma tra Regione Lombardia e Sistema Camerale lombardo a sostegno del comparto turistico della provincia realizzando a Vienna, con la partnership di Enit, un **workshop con incontri business to business con tour operator austriaci**.

Le 9 imprese lombarde presenti (5 pavese) hanno incontrato 27 operatori austriaci che hanno mostrato particolare interesse per l'offerta del nostro territorio.

Questo tipo di azione si colloca in linea con la necessità di presidiare il mercato di lingua tedesca, come accaduto nel corso degli ultimi anni, in relazione al fatto che questa area geografica rappresenta per Pavia e la Lombardia il target in assoluto più importante.

Al workshop, realizzato in un prestigioso hotel specializzato in eventi di taglio commerciale, ha fatto seguito una conferenza stampa di presentazione del territorio e dell'offerta turistica alla presenza di 28 persone fra giornalisti e personalità locali. Gli articoli apparsi in seguito sulla stampa austriaca hanno dato ampia evidenza a Pavia e alla sua provincia.

Al termine, i presenti hanno potuto degustare le specialità lombarde nel corso di una cena durante la quale gli ope-



ratori e la stampa hanno avuto modo di scambiarsi fra loro ulteriori informazioni e approfondimenti. I prodotti pavesi e regionali sono stati anche esposti presso un apposito corner allestito nella sala ove si sono svolti i lavori al fine di enfatizzare lo stretto legame esistente tra paesaggio, cultura, territorio, enogastronomia e filosofia del “buon vivere” secondo lo stile italiano.

L'ultima e più recente iniziativa realizzata riguarda la presenza di un gruppo di imprese pavese nell'ambito dell'**area promozionale collettiva realizzata in occasione di Sial 2012 (Parigi 21/25 ottobre)**. Sial è uno dei principali saloni agroalimentari mondiali, visitato da oltre 130mila buyers, e occupa l'intera area fieristica del comprensorio di Parigi Villepinte.

9 erano le imprese pavese presenti, delle quali tre hanno esposto in stand individuali sotto il coordinamento della Camera di Commercio e di Paviaviluppo, due nello stand collettivo, gestito in collaborazione con il Consorzio Tuttitaliafood, con la presenza diretta degli imprenditori, mentre quattro altre aziende sono state rappresentate

dal Consorzio medesimo.

I contatti realizzati sono stati numerosi consentendo di allargare potenzialmente il portafoglio clienti delle imprese pavese partecipanti, come confermano i dati più recenti relativi all'interscambio commerciale con la Francia.

Le statistiche (fonte: dati dogane francesi – elaborazioni ICE) relative al primo semestre del 2012, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, evidenziano un incremento delle esportazioni italiane verso la Francia (+ 2,8%) a fronte di un rallentamento delle importazioni (- 8,6%) e un conseguente miglioramento del saldo commerciale, ancorchè negativo per 537,4 milioni di euro. E' anche da segnalare che l'agroalimentare è uno dei pochi comparti in cui l'import dalla Francia supera l'export: nella maggior parte degli altri settori, infatti, i saldi sono positivi per l'Italia.

Dal momento che l'internazionalizzazione rappresenta, al momento, la più importante risorsa per l'economia nazionale, tutte le iniziative volte a sostenere le imprese in questa direzione concorrono al conseguimento di questo fondamentale obiettivo.



# Il lavoro storico preparatorio per i 225 anni della Camera

## 1786-2012: UN LUNGO PERCORSO TRA STATO E MERCATO

di GIUSEPPE PALETTA

Riflettere su una vicenda istituzionale lunga 225 anni significa nel caso della Camera di commercio di Pavia cogliere l'intreccio di due distinte dinamiche istituzionali che ne hanno influenzato il percorso a partire dal tardo Settecento. A differenza di altri enti presenti nel territorio, le Camere di commercio nascono infatti dalla fondazione di un rapporto cooperativo permanente tra lo stato e gli operatori economici organizzati in comunità, un rapporto reso dinamico nel tempo dall'autonomo variare dei due corni della relazione.

Dunque, le Camere come incontro tra stato e società, tra pubblico e privato.

Fu questa la grande intuizione di Cesare Beccaria che le istituì nel 1786 nella Lombardia austriaca con l'obiettivo di guadagnare il ceto mercantile e manifatturiero al progetto riformatore illuminista. Alle élite commerciali chiamate a dirigere le Camere di commercio, il nascente stato moderno affidava parte delle proprie funzioni di regolamentazione e di indirizzo dell'economia, trasformava i mercanti in giudici dello stato e in pubblici ufficiali, li spingeva a interpretare il mercato come sintesi tra i propri interessi particolari e l'interesse generale.

A Pavia l'invenzione beccariana si innestò nel contesto di una città indebolita dagli smembramenti territoriali settecenteschi, ma ancora forte per la presenza di funzioni di eccellenza - l'Università, un porto fluviale ancora in grado di collegare il Lago Maggiore a Venezia - e per la persistenza dei legami economici con l'Oltrepò e la Lomellina. Pavia era il centro d'irradiazione di una borghesia mercantile il cui orizzonte non coincideva con i confini politico-amministrativi e ciò le veniva riconosciuto dalla normativa: la circoscrizione includeva l'Abbatese e dunque differiva dalla provincia, altra istituzione figlia della modernità illuminista. La differenziazione tra territorialità economica ed amministrativa si estendeva per le Camere anche al concetto di cittadinanza: potevano farne parte i cittadini stranieri purché inseriti nel mercato locale e ciò

legittimava l'apertura del mercato locale ai conterranei divenuti sudditi sardi.

Durante la fase napoleonica, i termini del rapporto su cui si reggevano le Camere di commercio mutarono radicalmente: mentre il sistema economico non conobbe sostanziali modificazioni rimanendo sempre fondato sul commercio e sulla lavorazione dei prodotti dell'agricoltura, lo stato moderno conobbe un potente sviluppo. La codificazione del diritto civile e commerciale, la nascita di un sistema giudiziario articolato in gradi e dell'amministrazione incardinata nella figura del prefetto estendevano le prerogative dello stato in tutti i campi. L'economia, riconosciuta ora come categoria del potere, non era più delegabile alle comunità mercantili e le funzioni pubblicistiche ad essa connesse (prima tra tutte la giurisdizione commerciale) venivano avocate allo stato.

Si aprì per le Camere di commercio una fase di profondo mutamento di ruolo: tramontate le funzioni di regolazione del mercato, prevalse nelle Camere la funzione di rappresentanza degli interessi, mentre il loro apporto all'azione di governo si riduceva all'esercizio di mere funzioni consultive.

Per la Camera pavese la nuova situazione comportò un indebolimento che possiamo leggere soprattutto nella perdita del tribunale di commercio, sopravvissuto solo nelle città principali del Regno napoleonico, mentre la Provincia pavese era assorbita nel più vasto Dipartimento dell'Olona con capoluogo Milano.

Il primato della rappresentanza sulle funzioni di governo del territorio favorì anche l'attenuazione dell'interesse della borghesia commerciale e manifatturiera della città di Pavia verso la provincia e quindi un calo di attenzione verso le trasformazioni che l'economia stava conoscendo grazie ai progressi dell'agricoltura e alla diffusione del ciclo serico nell'Abbatese. Il primato del ruolo di rappresentanza commerciali accompagnò le Camere di commercio anche con la Restaurazione e la dominazione au-

striaica durata sino al 1859.

Pure con l'Unità d'Italia e l'apertura di una fase liberale, il profilo istituzionale delle Camere rimase improntato alla rappresentanza degli interessi. Ciò che invece mutò radicalmente per Pavia fu la circoscrizione territoriale: perso l'Abbatelese, la Camera acquistava l'Oltrepò, la Lomellina e il Bobbiese. Tornarono a Pavia territori e comunità che, in più di un secolo di dominazione sardo-sabauda, avevano conosciuto un intenso sviluppo economico, politico e sociale e che non potevano essere assunti come provincia minore e tributaria del capoluogo. A Pavia si realizzò pertanto un originale modello policentrico fondato sul concorso delle principali economie urbane (Pavia, Voghera, Mortara-Vigevano).

Con il consolidamento dello stato unitario e lo sviluppo qualitativo dell'economia nei settori industriale e bancario alle Camere furono progressivamente affidate funzioni pubblicistiche che ne accentuarono la contraddizione con l'identità privatistica. Di qui l'avvio nel 1910 di un processo di amministrativizzazione delle Camere approdato nel 1926 alla nascita dei Consigli provinciali dell'economia la cui competenza si estendeva all'agricoltura, al lavoro e, in seguito, alle professioni liberali e alla tutela dei consumatori. Trasformate in corpi consultivi dello stato gestiti direttamente prima dal Ministero dell'Economia nazionale e poi da quello delle Corporazioni attraverso le figure del prefetto-presidente e del segretario generale, ora funzionario di ruolo ministeriale, i Consigli erano fondati su un concetto di rappresentatività degli interessi del settore che sostituiva la rappresentanza degli interessi della fase liberale. Peraltro, essendo ora pienamente inseriti nell'amministrazione dello stato, essi abbandonavano le tradizionali differenziazioni sotto il profilo della territorialità e della cittadinanza che avevano marcato la loro originalità di istituzioni dell'economia.

Nella loro nuova veste di organi di coordinamento dell'economia locale, i Consigli (divenuti Consigli provinciali dell'economia corporativa nel 1931 e Consigli provinciali delle corporazioni nel 1937) assunsero a Case dell'economia diventando nel corso degli anni Trenta l'istituzione di gran lunga più rilevante del territorio.

La caduta del fascismo restituì ai Consigli l'antica denominazione di Camere di commercio senza mutarne l'arco di competenze prebellico: in virtù di una legge provvisoria, le Camere di commercio continuarono a operare sotto l'indirizzo del Ministero che ne designava il presidente e, se il prefetto non era più a capo dell'ente, partecipava tuttavia al loro funzionamento selezionandone i membri della Giunta.

Il lungo protrarsi del regime di provvisorietà entrò in crisi negli anni Settanta quando venne affidata a istituzioni di

rango costituzionale, le Regioni, competenza d'indirizzo dell'economia territoriale. Ciò contribuì a porre con urgenza la questione del futuro e degli scopi dell'ente camerale. Bisognò tuttavia attendere il 1993 perché si chiudesse la situazione di stallo che si protraeva dal 1944. La legge 580/1993 ha ridisegnato il profilo istituzionale delle Camere conferendo loro uno statuto di autonomie, locali e di sistema, che ha interrotto il legame di dipendenza dal Ministero. La riforma, possibile anche grazie al forte coinvolgimento dell'associazionismo imprenditoriale, ha reintrodotta nelle Camere funzioni di regolazione del mercato che le hanno aperto importanti prospettive di mediazione tra imprese e imprese e tra imprese e consumatori. Negli anni seguenti, il profilo istituzionale delle Camere ha conosciuto - indirettamente attraverso la riforma dell'art. 118 della Costituzione, direttamente con la sentenza della Corte Costituzionale del 2007 e il decreto 15 febbraio 2010 - una più puntuale definizione in quanto "enti pubblici dotati di autonomia funzionale che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'art. 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali".

Nonostante l'intensa trasformazione apertasi con il 1993 e guardando al proprio passato, le Camere di commercio appaiono ancora oggi come istituzioni in movimento alla ricerca di un equilibrio tra le tre anime che ne hanno caratterizzato il percorso: la regolazione del mercato, la rappresentanza degli interessi e la promozione dell'economia locale.



Nuova sede camerale (1927)

## La terza edizione della gara tra i giovani chef “EMERGENTE” A RICCAGIOIA TANTI VISITATORI E OPERATORI

E' trentino il miglior chef under 30 del Nord Italia. **Alessio Bellingeri** del ristorante “Acquarol” di Panchià in provincia di Trento ha superato i quattro concorrenti che avevano raggiunto la finale di “Emergente”, gara che si è tenuta nelle giornate del 17-18 e 19 novembre presso la tenuta Riccagioia di Torrazza Coste. A giudicare i giovani cuochi del futuro sono stati i principali giornalisti italiani esperti di gastronomia. A pari merito si sono classificati gli altri tre finalisti tra i quali i due lombardi Luca Mancini del ristorante “Da Vittorio” di Bergamo e Alessandro Procopio del ristorante “D'O” di Milano.

La terza edizione di “Emergente” è stata confortata da un grande successo di pubblico che, soprattutto nelle giornate di domenica e lunedì, ha affollato la splendida tenuta di Riccagioia sede del centro regionale di ricerca e servizi sul vino. La rassegna organizzata dalla Camera di Commercio e da Witaly ha consentito ai molti visitatori di degustare i vini delle principali cantine dell'Oltrepò e di acquistare i prodotti tipici di dodici espositori della provincia di Pavia. Soddisfatissimi gli espositori che, specialmente nella giornata di lunedì, hanno potuto far conoscere le loro creazioni ai tanti ristoratori (oltre 400) che sono stati

premiati in occasione della presentazione in anteprima della edizione 2013 della Guida “Alberghi e Ristoranti d'Italia 2003” curata da Teresa e Luigi Cremona, quest'ultimo bravissimo conduttore della gara tra i giovani chef. Tra i ristoratori premiati anche i titolari dei seguenti ristoranti della nostra provincia: “**Locanda del Carmine**” di Pavia, Ristorante “**Al Ruinello**” frazione Ruinello di Santa Maria della Versa e “**Il Cuuc**” di Mortara. Un successo di pubblico ben evidenziato dai numeri: nelle giornate di sabato 17 e domenica 18 novembre sono stati venduti 1300 biglietti d'ingresso. Lunedì oltre 1000 persone in maggioranza ristoratori e albergatori provenienti dal Nord Italia.

*“Una affluenza di visitatori davvero molto positiva - è il commento del presidente della Camera di Commercio Giacomo de Ghislanzoni Cardoli - e soprattutto qualificata nella giornata di lunedì con operatori del settore della ristorazione proveniente da diverse regioni lombarde. Una modalità di promozione del territorio diversa da Autunno Pavese e che completa l'offerta di eventi che la Camera con non pochi sacrifici anche quest'anno è riuscita a realizzare per valorizzare il settore agroalimentare e vitivinicolo della nostra provincia.*”





## La premiazione tenutasi in Camera di Commercio

# IMPRESE STORICHE 2012: QUINDICI STORIE DI SUCCESSO

di CHIARA SCUVERA

Il 22 novembre 2012 l'Ente ha premiato quindici imprese almeno centenarie della provincia di Pavia che, a seguito di apposito bando, sono state iscritte dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio nel Registro delle Imprese Storiche Italiane, consultabile on line su [www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it).

La cerimonia è stata l'occasione per ripercorrere alcuni passaggi cruciali della storia dell'economia locale, rievocando, ad esempio, la vicenda del "tessile" pavese in Età spagnola che, con la produzione della seta, rappresentò un tentativo di riscatto e di innovazione del territorio in una difficile congiuntura economica.

Dopo l'intervento con musiche del primo Seicento omaggiato da Ghislirimusica (alla voce il soprano Karin Selva

e alla tiorba Renato Cadel), è intervenuto Giacomo de Ghislanzoni Cardoli, Presidente dell'Ente Camerale, che ha espresso grande soddisfazione per l'affermazione delle imprese pavese nel citato Registro nazionale anche quest'anno e ha introdotto il pregevole intervento di Giovanni Vigo, docente dell'Università di Pavia, sul tema *La seta a Pavia in Età spagnola*. È seguita la premiazione delle imprese.

Ulteriori informazioni sulle imprese storiche pavese iscritte al Registro delle Imprese Storiche Italiane sono reperibili sulla Guida alle Imprese Storiche Pavese, realizzata dall'Ufficio Flussi Documentali e Archivi della Camera e reso disponibile anche in e-book sul sito [www.pv.camcom.it](http://www.pv.camcom.it) - sezione Gestione Documentale.



Il Presidente e le imprese premiate

## ABBIGLIAMENTO COVA SNC DI COVA GIUSEPPE MARIA E C. – Belgioioso

Nel 1911 Giuseppe Cova avvia l'attività di merceria e profumeria. Nel 1929 l'impresa è autorizzata al commercio di chincaglieria e merceria, filati, maglieria, giocattoli, profumi e sapori. Successivamente viene introdotto anche l'abbigliamento. Nel corso del tempo il negozio si consolida sempre più, inserendo nuovi articoli come camiceria, abbigliamento intimo e per bambini. La tradizione di famiglia continua ancora.



Diploma

## ALBERGO RISTORANTE SELVATICO DI PIERA SPALLA E C. SNC – Rivanazzano

Cento anni fa in una casa di campagna sorgeva l'Osteria Selvatico, gestita da Giovanni ed Emma Traverso. Oggi l'impresa è gestita dalla quarta generazione della stessa famiglia ed offre le tradizionali specialità locali.

La padrona di casa, Piera Selvatico, è infatti appassionata cultrice della cucina tipica del territorio e ripone particolare cura nella ricerca degli ingredienti migliori e più genuini.



FRANCESCA E MICHELA SELVATICO

## DE PAOLI ANGELA – Pavia

È un caratteristico negozio in corso Garibaldi a Pavia. L'attività fu acquistata da Felice Brambilla nel 1908 da un cugino che l'aveva avviata nel 1906 con la vendita di vetri, cristalli e cornici; anche allora il negozio era situato in Corso Garibaldi, ma al n. 3. Nel 1935 si trasferì al n. 20, attuale sede.

La signora Angela, titolare, svolge la sua attività con amore, gusto, competenza e cortesia verso i clienti.



ANGELA DE PAOLI

## ENRICO MADDALENA DI A.MADDALENA Certosa di Pavia

La storia del Gra Car ha inizio con Ignazio Giraud, un ragazzo di quindici anni che nel 1860 seguì Garibaldi nella Spedizione dei Mille. Rientrato in Italia dal Sudamerica, nel 1892 Giraud si ritirò nella Certosa di Pavia dove riprese l'attività di fabbricazione di un liquore dei padri Certosini che vivevano nel monastero. Il marchio della bevanda, quindi, fu identificato in Gra-Car, Gratiarum Chartusia, cioè Certosa delle Grazie.



ALMA MADDALENA

### **GELATERIA BAR SAN GIACOMO DI BOLLINELLA GIUSEPPE - Inverno e Monteleone**

Nel 1849 Fedele Bollinella avviò l'attività sui colli pavesi, presso Corte Carlotta a Monteleone, con una Locanda con stallazzo, con miscita di liquori e vini. Nel primo Novecento, nel locale, divenuto punto di incontro anche per i carrettieri di passaggio, funzionava una piccola torrefazione di caffè, oltre al primo telefono pubblico del paese.

Nel 1971 Giuseppe Bollinella continuò la tradizione familiare, apportando innovazioni all'azienda.



GIUSEPPE BOLLINELLA

### **MARENCO SRL - Garlasco**

Sul finire del 1800, nel centro di Garlasco, nell'attuale piazza Garibaldi, esisteva il deposito di marmi di uno scalpellino del sasso di nome Battista Marengo, bisnonno degli attuali titolari. Il figlio Roberto proseguì l'attività e nel 1927 iscrisse la ditta Marengo Roberto fu Battista presso la Camera pavese, aggiungendo alla lavorazione del marmo e della pietra il commercio di calce, cemento e materiali per l'edilizia.

Da Piazza Garibaldi la sede venne poi trasferita in Via Dorno.



ROBERTO MARENCO

### **SCOVENNA ROBERTO RISTORANTE "DA ROBERTO" - Barbianello**

L'osteria risale al 1910 quando Tullio Scanarotti, nato a Casanova Lonati il 27 settembre 1879, ottiene licenza di osteria con locanda. Vi alloggiavano carrettieri, ambulanti e viandanti diretti a Pavia o a Milano per vendere le loro merci.

Roberto ha mantenuto lo stile originario dell'osteria: sembra di entrare in un luogo d'altri tempi!

Il ristorante offre piatti tipici accompagnati da un buon vino dell'Oltrepò Pavese.



ROBERTO SCOVENNA

### **AZ. AGR. CARLO GIORGI VIMERCATI DI VISTARINO - Rocca de' Giorgi**

L'azienda nasce a metà '800 quando il conte Carlo Vistarino pianta il primo vigneto dedicato al celebre vitigno francese Pinot Nero. Con l'importazione delle barbatelle della Borgogna, il conte Carlo apre la strada a molti altri produttori che piantano più di 13 mila ettari di vigneti nella zona.

Negli anni l'attività passa a Ottaviano e a Carlo Giorgi di Vistarino, sino ad arrivare alla più recente generazione, con Ottavia Giorgi di Vistarino.



CARLO GIORGI

**BALLABIO SOC. AGR. SRL – Casteggio**

L'impresa è una delle più antiche aziende vitivinicole italiane, fondata nel 1905 da Angelo Ballabio, soprannominato il "medico condotto" del vino, per la sua competenza e la sua passione disinteressata per creare il miglior vino possibile.

La tenuta è adagiata sulle colline di Casteggio, a una ventina di chilometri da Pavia, e si estende per un totale di 75 ettari di cui 50 costituiscono il vigneto e una parte è destinata agli ulivi.



MARIA AGNESE MARIOTTI

**MAFFI NATALE – Corteolona**

L'azienda agricola Maffi affonda le sue radici in epoca anteriore al 1800 a San Zenone Po. A seguito del matrimonio con Annunziata Manzoni, Carlo Antonio Maffi si trasferisce a Corteolona. Di generazione in generazione, la famiglia Maffi presidia l'attività.

La sede attuale è in Via Vigna Vecchia, per esigenze di spazio e di ammodernamento legate anche alla trasformazione della produzione da cerealicola a prevalente zootecnica (latte e carne).



NATALE MAFFI

**MONSUPELLO EREDI DI BOATTI CARLO  
Soc. Agr. – Torricella Verzate**

L'azienda agricola Monsupello nasce nel 1893, quando la famiglia Boatti intraprende la cura dei propri vigneti in località Cà del Tava nel Comune di Oliva Gessi. Nel 1959 Carlo Boatti imprime all'azienda un ulteriore sviluppo, acquistando nuovi terreni nei Comuni di Casteggio, Redavalle e Pietra de' Giorgi. Oggi l'azienda è gestita da Carla e dai figli Pierangelo e Laura ed è in continua evoluzione secondo le attuali esigenze di mercato.



CARLA DALLERA BOATTI

**SOC. AGR. SAN GIORGIO DI PERDOMINI  
Santa Giuletta**

Fin dal 1400 la località Castello e, dunque, S.Giuletta, apparteneva ai Beccaria che, nel 1694, l'alienarono a Pietro Isimbardi e Pietro Trotti di Castellaro. Qui la produzione di vino era la principale fonte di sostentamento per la quasi totalità della popolazione. Nel 1978 la famiglia Perdomini di Milano acquistò dal marchese Ambrogio Sauli l'intera proprietà, mantenendo nell'etichetta i loghi dell'impresa "Podere San Giorgio" e "Castel San Giorgio".



ELENA PERDOMINI

### **TORTI – TENIMENTI CASTELROTTO DI TOR- TRI PATRIZIA – Montecalvo Versiggia**

Da quattro generazioni dedicata alla produzione di vini e spumanti DOC e DOCG di qualità, l'azienda è situata in Oltrepò Pavese, a Montecalvo Versiggia, tra Santa Maria della Versa e Rocca de' Giorgi.

Dal 1960 Dino Trotti incrementa sensibilmente il patrimonio aziendale. Partendo dagli originari 12 ettari, i possedimenti ammontano oggi a 36 in un corpo unico: 33 interamente vitati (Pinot Nero, Barbera e Croatina) e 3 a bosco.



DINO TORTI

### **GALMOZZI FLAVIO - Corteolona**

Le origini dell'attività risalgono al 1905, quando l'avo Angelo Galmozzi, nato il 19 marzo 1883, avviò l'attività di barbiere a Sant'Angelo Lodigiano in connessione a quella principale di sarto. È l'8 dicembre 1908 quando l'azienda si trasferì a Corteolona, nell'attuale sede di Via dei Mille n. 8.

L'attuale titolare è Flavio Paolo Mauro Galmozzi, figlio di Luigi, nato nel gennaio del 1972.



LUIGI GIULIO GALMOZZI

### **S.T.A.V. – Servizi Trasporti Automobilistici SpA Vigevano**

Il 7 marzo 1901 i fratelli Cuzzoni di Dorno, proprietari di corriere, avviano un servizio giornaliero con due corse sulla linea (una antimeridiana e una pomeridiana) Garlasco-Sannazzaro per il trasporto di corrispondenza postale e di passeggeri.

Il 17 dicembre 2009 la Cuzzoni & Gilona Srl viene incorporata nella STAV, Servizi Trasporti Automobilistici SpA, che occupa 74 addetti e dispone di 95 autobus.



FRANCESCO CAZZANI



*Karin Selva (soprano) e Renato Cadel (tiorba) di Ghislierimusica aprono la manifestazione con opere del primo Seicento*

# I servizi della Camera di Commercio di Pavia PER L'IMPRESA

## Sportelli anagrafici - albi - ruoli - registri

Una rete di uffici camerali al servizio della trasparenza amministrativa: dal Registro delle Imprese, all'Albo Artigiani, al Ruolo Agenti e Rappresentanti di Commercio, al Ruolo Mediatori, a quello degli Spedizionieri, e così via.  
Tel. 0382 3931

## Sportello di Informazione Statistica

Per consultare gratuitamente le pubblicazioni ISTAT e ottenere in tempo reale le informazioni estraibili dalle banche dati a disposizione. Tel. 0382 393289 - Patrizia Achille

## Euro Info Centre

Una rete di centri specializzati a livello regionale che offrono alle imprese un servizio di informazione comunitaria su leggi e finanziamenti. Per far crescere la tua azienda in Europa affidati alla competenza di un organismo specializzato.  
Tel. 0382 393215 - Stefano Rubino

## Lombardia Point

Un punto operativo per l'internazionalizzazione delle imprese. Tra i servizi erogati: informazioni, assistenza, promozione, finanziamenti, assicurazioni, certificazioni in materia di attività internazionali. Incontri personalizzati su appuntamento con gli esperti. [www.lombardiapoint.it](http://www.lombardiapoint.it).  
Tel. 0382 393258 - Stefano Rubino

## Servizio di Conciliazione e Arbitrato

Una risposta moderna, rapida e flessibile per la gestione delle controversie tra imprese, consumatori e utenti.  
Tel. 0382 393227 - Maria Lucrezia Pagano

## Sportello Credito

Per conoscere in tempo utile le agevolazioni finanziarie del momento e i contributi erogati nonché i relativi presupposti e beneficiari. Tel. 0382 393297 - Leonella Frattola

## INDIRIZZI

### CAMERA DI COMMERCIO DI PAVIA

SEDE CENTRALE:

via Mentana, 27 - 27100 Pavia  
Tel. 0382 3931 - Fax: 0382 304559  
e-mail: [pavia@pv.camcom.it](mailto:pavia@pv.camcom.it)  
Sito Internet: [www.pv.camcom.it](http://www.pv.camcom.it)

SEDI STACCATE:

**VIGEVANO:** via Manara Negrone, 15  
Tel. 0381 70699 / 695833 - Fax: 0381 83911  
e-mail: [licalzi@pv.camcom.it](mailto:licalzi@pv.camcom.it)

**VOGHERA:** via Montebello, 16 bis  
Tel. 0383 44497 / 360399 - Fax: 0383 214296  
e-mail: [debattisti@pv.camcom.it](mailto:debattisti@pv.camcom.it) [valle@pv.camcom.it](http://valle@pv.camcom.it)

## Brevetti - Marchi

Presso l'Ufficio è possibile effettuare il deposito di Brevetti per Invenzioni e Modelli Industriali di utilità e ottenere la registrazione di Marchi d'Impresa, di competenza dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi c/o Ministero Attività Produttive.  
Tel. 0382 393245 - Stefano Gatti

## Osservatorio economico

Una struttura permanente che monitora l'andamento dell'economia provinciale, ne analizza le dinamiche principali, studia le sue evidenze statistiche e ne diffonde i dati, raccordandoli con le tendenze in atto a livello regionale, italiano e internazionale.  
Tel. 0382 393289 - Patrizia Achille

## Ufficio Metrico

Espleta funzioni di controllo e di ispezione presso i fabbricanti di strumenti metrici verificando la regolarità delle apparecchiature in esercizio attraverso operazioni di collaudo e di rilegalizzazione per garantire la fede pubblica nelle transazioni. Tel. 0382 393231 - 91 - Vittorio Gallo

## Sportello Ambiente

Per informazioni e ritiro del Modello Unico di Dichiarazione Ambientale - MUD e relative istruzioni per la compilazione e il deposito.  
Tel. 0382 393228 - Isabella Giovinazzo

## Paviasviluppo

Un'azienda Speciale al servizio delle imprese, che svolge attività di promozione, assistenza e animazione economica nei seguenti ambiti:

- Manifestazioni fieristiche Italia - tel. 0382/393401
- Manifestazioni fieristiche internazionali e missioni commerciali - tel. 0382/393215
- Formazione aziendale e professionale - tel. 0382/393261
- Supporto ad aspiranti imprenditori (Punto Nuova Impresa) - tel. 0382/393235
- Promozione del territorio e Turismo - tel. 0382/393277

Tel. 0382/393271 - Danilo Rossini

## Sale Merci

Dove vengono contrattati e quotati i principali prodotti agricoli della provincia. Vi operano le commissioni di rilevazione prezzi.  
Tel. 0382 393228 - 297 - Isabella Giovinazzo, Leonella Frattola



**Camera di Commercio  
Pavia**

