SYSTEMA
bollettino ECONOMICO

ANNO LXIII > N. 2 > Aprile 2008
Rivista bimestrale della Camera di Commercio industria artigianato e agricoltura di Ravenna

Poste Italiane S.p.A. Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Ravenna
In caso di mancato recapito si prega di restituire a Ravenna cpo per inoltro al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa.

Il turismo sposa il marchio della qualità

Sono diventate sessanta le strutture ricettive e i ristoranti che hanno il riconoscimento ISNART

ORTOFRUTTA SUGGERIMENTI PER RISPARMIARE

SCOMMETTERE SULLA ROMANIA

IL GARANTE DELLA DINAMICA DEI PREZZI

VIVERE IL PARCO DEL DELTA DEL PO

APPROFONDIMENTI
La tutela dei consumatori

DECO INDUSTRIE

La nostra qualità cresce nel rispetto delle persone e dell'ambiente

CERTIQUALITY
ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

CERTIFICATO BRC / *BRC CERTIFICATE*

2006

Certificazione BRC Food dello stabilimento di Ravenna, a garanzia della sicurezza degli alimenti realizzati

ethic award

2003/2005

Premio Ethic award a "Scala Progetto per il pulito" per l'acquisizione di Scala Frosinone, stabilimento con produzioni di detersivi a marchio eco-label

2004

Oscar dell'Imballaggio flacone DECO trasparente 100% ottenuto da plastica riciclata post-consumo nello stabilimento di Bagnacavallo

OSCAR DELL'IMBALLAGGIO

AGRICOLTURA BIOLOGICA

2002

Certificazione piadina biologica preparata nello Stabilimento di Forlì

www.decoindustrie.it

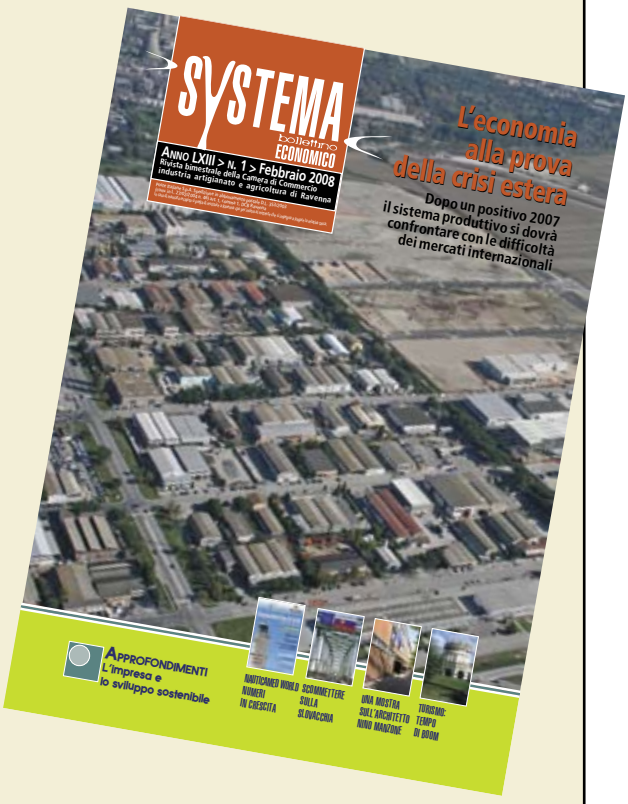
scala progetto per il pulito

Pineta

LORIANA

Camera di Commercio
Ravenna

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



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

- firma digitale, carta nazionale dei servizi (C.N.S.), Business Key (B.K.)
- Legalmail (la posta elettronica certificata con valore legale)
- registro imprese on line (Telemaco)
- arbitrato e conciliazione

SYSTEMA bollettino ECONOMICO

Periodico bimestrale della Camera di Commercio, industria, artigianato e agricoltura di Ravenna
Anno LXIII numero 2 aprile 2008
Poste Italiane S.p.a. Spedizione in abb. post. D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1 DCB Ravenna.
Reg.Tribunale di Ravenna Decreto n. 418 del 21/05/1960
Tiratura 15.000 copie
Direttore Gianfranco Bessi
Presidente Camera di Commercio di Ravenna

Direttore responsabile Paola Morigi
Segretario generale
Camera di Commercio di Ravenna

Gruppo redazionale
Cinzia Bolognesi, Roberto Finetto, Maria Elisabetta Ghiselli, Fabiola Licastro, Laura Lizzani, Giovanni Casadei Monti, Paola Morigi, Barbara Naldini, Maria Cristina Venturelli, Danilo Zoli

Segreteria di redazione
Alessandra Del Sordo
Tel. 0544 481404 Fax 0544 481407
alessandra.del sordo@ra.camcom.it

Hanno collaborato a questo numero:
Eraldo Baldini, Norberto Bezzi, Marzia Cavazzini, Cristina Franchini, Roberto Lucchi, Ilario Rasini, Maurizio Viroli

Foto
Camera di Commercio di Ravenna, Delio Mancini, Unione Prodotto Costa

Coordinamento redazionale
Mistral Comunicazione Globale sas di Venturelli M. Vittoria e C.

Progetto grafico
Tuttifrutti - Ravenna

Impaginazione e fotolito
Full Print - Ravenna

Pubblicità
PUBLIMEDIA ITALIA
P.zza Bernini 6 - Ravenna
Tel. 0544 511311 Fax 0544 511555
info@publimediaitalia.com
www.publimediaitalia.com
Iscrizione R.O.C. 3083

Stampa
Tipografia Moderna - Ravenna

Direzione e amministrazione
Viale Farini, 14 - 48100 Ravenna
Tel. 0544 481311
Fax 0544 481500 c.p. 370
www.ra.camcom.it

Per segnalare errori nell'indirizzo postale a cui viene inviato *Systema*, mettersi in contatto con Ufficio Studi Camera di Commercio di Ravenna fax 0544 481500 studi@ra.camcom.it

252be

It's time for SLK.

Consumo (l/100 Km.): urbano 12,9 - extraurbano 7,1 - combinato 9,2. Emissioni di CO_2: 221 g/Km.

DESSTEFANI

RAVENNA - Via Dismano, 2 - Tel. 0544/479611
FORLÌ - Via Ravegnana, 407 - Tel. 0543/811011
FAENZA (RA) - Via Emilia Ponente, 18 - Tel. 0546/643911
IMOLA - Via Pola, 23 - Tel. 0542/691911

Mercedes-Benz

Aprile 2008

> 5 <
Editoriale
Il Polo energetico "alternativo" di Gianfranco Bessi

> 6 <
Turismo
La vacanza che vorrei di Roberto Lucchi

> 9 <
Strutture turistiche col marchio di qualità
di Barbara Naldini

> 13 <
Agricoltura
Ortofrutta, suggerimenti per i consumatori di Maria Elisabetta Ghiselli

> 15 <
Servizi
L'impresa può nascere davvero in un giorno di Cristina Franchini

> 17 <
Battuta d'arresto nelle iscrizioni al Registro Imprese
di Fabiola Licastro

> 21 <
Internazionalizzazione
Scommettere sulla Romania di Marzia Cavazzini

Approfondimenti
La tutela dei consumatori

> 34 <
Agenti Marittimi
"Perché puntiamo su fondali più bassi" di Norberto Bezzi

> 36 <
Ordini, albi e collegi
"Poche le aggregazioni tra aziende. Un peccato"

> 38 <
Responsabilità sociale
Tra etica e profitto di Maurizio Viroli

> 40 <
L'angolo di Archimede
La finestra incantata

> 43 <
Consumatori
Un Garante sorveglia i prezzi troppo alti di Fabiola Licastro

> 49 <
Curiosità
1512: il mostro di Ravenna di Eraldo Baldini

> 51 <
Libri
Dialetto e paesaggi di Eraldo Baldini

> 52 <
Ambiente
Vivere il Parco del Delta di Ilario Rasini

RAVENNA
Festa Provinciale de l'UNITÁ

la grande festa

UNA CERTEZZA D'INVESTIMENTO

29 agosto • 15 settembre 2008 • Area Pala De André

PRENOTARE ADESSO CONVIENE!

Festa Provinciale de L'Unità di Ravenna

- una grande FIERA
- una grande PIAZZA
- tanti RISTORANTI
- tanti SPETTACOLI
- tanto DIVERTIMENTO…

ma soprattutto… tanti AFFARI!!!

Per questo la grande FESTA è una grande OCCASIONE da non perdere!

FATTI CONOSCERE DA PIÙ DI 1.000.000 DI VISITATORI
in 18 sere di divertimento (con una media di 5 spettacoli per sera).

Se prenoti subito, avrai l'opportunità di scegliere prima il tuo spazio migliore per i tuoi Prodotti, per i tuoi Servizi, per la tua Azienda.

PRENOTA ADESSO IL TUO SPAZIO
Stand Espositivi - Spazi Open - Cartellonistica - ADV

…una grande FESTA, una grande FIERA, un'ottima OPPORTUNITÀ per un grande INVESTIMENTO!

PUBLIMEDIA ITALIA
CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ

Tel. 0544.511311 Fax 0544.511555
info@publimediaitalia.com

Il Polo energetico 'alternativo'

di Gianfranco Bessi

Il tema più dibattuto in queste settimane tra autorità di governo ed economisti è certamente l'escalation del prezzo del petrolio e i suoi effetti sull'economia. "I prezzi del petrolio si manterranno sui livelli attuali per il resto dell'anno in corso per via della speculazione e delle tensioni geopolitiche", ha detto il presidente dell'OPEC e ministro dell'energia algerino Chakib Khelil. Khelil ha aggiunto che "proprio come l'attuale impennata dei mercati petroliferi, la crisi economica internazionale durerà fino alla fine dell'anno".

Il petrolio, insomma, continuerà a essere ago della bilancia della situazione economica, con tensioni sui prezzi non determinate dalla mancanza di prodotto, ma da speculazioni finanziarie.

Questa è certamente una delle buone ragioni che ci spingono a puntare con decisione sulle alternative al petrolio, dal gas alle fonti rinnovabili.

A questo proposito, come Camera di Commercio abbiamo già avuto modo di esprimere il nostro parere favorevole alla nascita a Ravenna di un Polo dell'energia. Polo dell'energia significa anche mettere in relazione tra di loro i centri ricerca, sviluppare innovazione, promuovere la tecnologia. Su questi fattori possiamo costruire oggi una nuova competitività

In parte, grazie a Eni, questo Polo esiste già. L'attività di estrazione e lavorazione del gas metano è in atto da 50 anni, qui ha sede il più importante distretto italiano di Eni-Agip, che ha generato peraltro un distretto di imprese operante nell'estrazione degli idrocarburi di livello internazionale. Non a caso le imprese ravennati sono presenti sui principali campi estrattivi, costruiscono componenti per piattaforme, gasdotti e oleodotti, competono con i principali gruppi multinazionali.

Si è, quindi, diffusa a Ravenna una cultura d'impresa legata all'energia che ha già spinto l'Eni a valutare di realizzare nel Nord Est del paese un rigassificatore, impianto considerato strategico per le scorte del gas.

Accanto al gas metano dobbiamo sviluppare la produzione di energia da fonti rinnovabili. Anche in questo caso Ravenna è in grado di mettere in campo know how e specificità produttive. Spesso non si tratta di inventarsi nulla di nuovo, basta magari rifarsi alle scelte strategiche già compiute da altri Paesi europei che hanno decisamente puntato su biomasse, fotovoltaico, eolico.

Tutto questo può essere portato a sintesi con una politica concreta che dia il via alla realizzazione di moderni ed efficienti impianti che, sommati tra di loro, producano energia senza utilizzare il petrolio.

Oggi più che mai questa è una necessità impellente. Nell'auspicio che non si scateni nuovamente il 'fronte del no' a tutto, è necessario tenere conto di un'opinione generale che propende sempre più per il 'si' agli investimenti e allo sviluppo.

Gianfranco Bessi, Presidente della Camera di Commercio di Ravenna

La vacanza che vorrei

di Roberto Lucchi*

Sono stati presentati alla Camera di Commercio nei giorni scorsi, i risultati di una utile e interessante indagine svolta tra i turisti dei lidi ravennati durante l'estate scorsa (agosto) attraverso un questionario impegnativo di ventitre domande.
L'indagine, dal titolo emblematico e diretto – la vacanza che vorrei – è la prima del genere anche per dimensioni ed è stata fortemente voluta e promossa dalle due Cooperative (Cooperativa Stabilimenti Balneari e Cooperativa Bagnini Ravenna) insieme alle associazioni Confesercenti ed Ascom di Ravenna.
L'obiettivo era di raccogliere dai clienti e dai frequentatori abituali del litorale ravennate preziosi giudizi e suggerimenti rispetto al gradimento dell'offerta turistica e balneare e sui loro sviluppi futuri.
E così è stato con un risultato importante che segna una novità. Infatti oltre 3.500 turisti hanno dedicato alcuni minuti a rispondere al questionario prodighi di giudizi e consigli. Le risposte sono state pari al 7% sui questionari diffusi e i turisti hanno accolto positivamente il sondaggio.
È importante, per quanto possa sembrare scontato, se non naturale, che la voce e le esigenze dei turisti siano sentite e considerate per lavorare in sintonia sulle vacanze desiderate e sulla offerta turistica del territorio. Tanto più lo deve fare una località che ambisce a ruoli importanti nel turismo ma anche località cresciute e di moda.
I pareri ricevuti in questa corposa ed interessante indagine (di 230 pagine) con le proposte dei turisti sono ora pubblici per essere "usati" da tutti gli attori dell'offerta (privati, operatori, istituzioni).
I dati raccolti, per quanto non di natura strettamente scientifica, hanno seguito parametri definiti e matematici, superano di gran lunga le tradizionali campionature statistiche e costituiscono uno spaccato dell'offerta turistica locale, sicuramente di quella più affezionata (molti i proprietari di appartamenti).
Le risposte raccolte dai turisti delle diverse realtà avvalorano e rafforzano compiutamente le caratteristiche peculiari, le tendenze e le identità dei lidi ravennati.

> "In 3.500 hanno risposto ai quesiti sul gradimento dell'offerta turistica e balneare. Le proposte più interessanti"

In tre battute veloci quello che emerge a livello generale dall'indagine è:
- la ricchezza e la varietà dell'offerta turistica in cui la spiaggia gioca un ruolo decisivo e trainante;
- la diversificazione e l'identità dei singoli lidi, seppure con qualche criticità;
- la capacità da parte degli operatori di essere in sintonia con l'evoluzione del mercato. Infatti sono particolarmente apprezzate l'accoglienza e la professionalità.

Nella loro utilità così come sulle criticità emerse c'è lavoro per le istituzioni pubbliche come per gli operatori privati che hanno avuto in ogni caso giudizi mediamente più che positivi e apprezzabili.
In ogni località ci sono peculiarità su cui si dovrà lavorare per continuare a crescere e migliorare.
La vacanza di mare si integra positivamente con natura e cultura, con sport e benessere, con gastronomia e divertimento, con realtà che si rivolgono alle famiglie, così come agli sportivi e ai giovani, in un ambiente ospitale e sicuro.
I dati parlano da soli e sono ricchi di giudizi e suggerimenti (con conferme, novità, certi luoghi comuni sfatati, come di problemi da affrontare). L'auspicio è ora che i turisti "indagati" siano ascoltati e tenuti nella massima considerazione.
Come si legge nell'introduzione "In tempi in cui si parla di cose da fare e di confronti di merito, questa indagine offre un contributo concreto attraverso l'ascolto delle esigenze attuali e future e le valutazioni dei consumatori e dei clienti."
E dalle varie località sono venute indicazioni e richieste per migliorare l'offerta (dalle aree benessere alla dotazione gratuita dei giornali, dall'arricchimento dell'animazione alle aree attrezzate per giochi e bambini, all'ampliamento dell'apertura degli stabilimenti balneari, ecc.).
Difficile dare conto in poche righe di un'indagine così rilevante. Il testo integrale è sui siti internet delle associazioni promotrici: www.confesercentiravenna.it e www.ravennanet.com.

*** Segretario provinciale di Confesercenti**

a.d.v.s.
Associazione donatori volontari sangue

i donatori di Sangue del tuo Ospedale

Donare il Sangue significa davvero salvare delle vite. E pensare che non ti costa nulla, solo pochi minuti: il tempo di un caffé. Ti farà solo bene, ti farà sentire molto meglio.

INFORMAZIONI: Ospedale S. Maria Delle Croci - Ravenna - Tel. 0544.403462 - www.advsravenna.it

FIDAS

PUBLIMEDIAITALIA Foto: Lidia Bagnara

248be

Strutture turistiche col marchio di qualità

di Barbara Naldini*

Sono diventate 60 le strutture turistiche della provincia di Ravenna che hanno ottenuto il Marchio di Qualità Isnart. Nel corso di una cerimonia pubblica il 18 marzo scorso la Camera di Commercio di Ravenna, alla presenza delle autorità locali e dei Sindaci dei Comuni interessati, ha consegnato gli attestati agli albergatori e ristoratori che hanno ottenuto la certificazione, e ha premiato la struttura risultata più votata dai propri clienti con il premio Ospitalità Italiana, ottenuto per l'annualità 2007 dall'Hotel Derby Exclusive di Cervia.
Delle 47 strutture alberghiere certificate, 26 hanno sede nel Comune di Cervia, 14 nel Comune di Ravenna, 2 nel Comune di Faenza, 2 nel comune di Lugo e 1 nel Comune di Russi, 1 nel Comune di Alfonsine e 1 nel Comune di Bagnacavallo. Dei 13 ristoratori premiati, 6 hanno sede a Cervia, 5 a Ravenna, 1 a Lugo e 1 a Bagnacavallo.
"La diffusione di una cultura della qualità per le imprese è una priorità nei programmi strategici del nostro ente. Per questo, nell'ambito del progetto Carta dei servizi turistici di qualità promosso dalla Camera di Commercio abbiamo cercato di offrire una ulteriore opportunità per le imprese turistiche ravennati e abbiamo aderito al progetto Marchio di Qualità per le strutture turistiche, un'iniziativa promossa dall'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART) in collaborazione con il sistema delle Camere di Commercio Italiane" afferma Gianfranco Bessi, presidente dell'ente camerale.
Ogni anno in occasione della Borsa Internazionale del Turismo, viene presentata la Guida all'Ospitalità Italiana di Qualità che raccoglie tutte le strutture che hanno conseguito il riconoscimento. La guida si pone lo scopo di facilitare il turista nell'individuare le strutture che offrono servizi altamente qualitativi, non soffermandosi sul semplice concetto di "come si mangia" o "come si dorme" ma, indirizzandolo verso quella che è la vera Ospitalità. La pubblicazione viene distribuita ogni anno nelle più importanti fiere di settore e in oltre mille librerie italiane.

Il Marchio di Qualità Ospitalità Italiana è una scelta volontaria, annuale e rinnovabile. Dal momento in cui viene aperto il bando da parte della Camera di Commercio, sono gli stessi operatori che scelgono di aderire. Effettuate le verifiche, da parte di esperti valutatori, la Commissione di valutazione camerale conferisce il Marchio solo se vengono riscontrati tutti i requisiti necessari.
Le strutture che appartengono al circuito godono di una serie di agevolazioni predisposte dalle Camere di Commercio fra cui la partecipazione a corsi di formazione e informazione sulle strategie di qualità, promozione sul portale www.10q.it e all'interno del circuito I-mode di Wind, consultabile direttamente dal cellulare. Per ampliare la noto-

> "Il riconoscimento Isnart anche a 13 ristoranti della provincia"

305be

AUTORITÀ PORTUALE DI RAVENNA

Ci siamo trasferiti in
VIA ANTICO SQUERO 31
RAVENNA
Tel. 0544 608811

Mercedes-Benz è un marchio DaimlerChrysler.

Non avrai altro SUV all'infuori di M.

Classe M 4Matic con trazione integrale permanente, tre differenziali con 4 ESP e cambio automatico 7G-TRONIC a 7 rapporti di serie. Classe M Chrome con sedili in pelle e inserti in radica di noce. Classe M Sport con cerchi da 19", sospensioni AIRMATIC, sistema multimediale Comand con navigatore. Classe M Off Road Pro con cerchi da 18", sospensioni AIRMATIC, bloccaggio differenziali, marce ridotte, sedili in pelle e inserti in radica di noce. A partire da € 51.900. **Mercedes-Benz Classe M. Non averla è il vero peccato.**

ML 280 CDI. Consumo combinato (l/100 km): 9,4 - Emissioni di CO_2 (g/km): 249. ML 500. Consumo combinato (l/100 km): 13,4 - Emissioni di CO_2 (g/km): 319

255be

DESSTEFANI

RAVENNA - Via Dismano, 2 - Tel. 0544/479611
FORLÌ - Via Ravegnana, 407 - Tel. 0543/811011
FAENZA (RA) - Via Emilia Ponente, 18 - Tel. 0546/643911
IMOLA - Via Pola, 23 - Tel. 0542/691911

Mercedes-Benz

rietà del progetto sui mercati esteri è in corso una campagna stampa su riviste delle Camere di Commercio all'estero, quali Francia, Austria, Svizzera, Spagna, Gran Bretagna, Svezia, Belgio, Lussemburgo e Germania. Anche nel 2008 le strutture parteciperanno al Premio Ospitalità Italiana, che vedrà protagoniste le strutture certificate, votate dai loro stessi clienti.
Il Marchio di qualità Isnart oltre ad essere una garanzia per il turista, assume anche le caratteristiche di investimento promozionale e commerciale.
La Camera di Commercio di Ravenna ha confermato il suo impegno su questo fronte, approvando il nuovo bando che consentirà la candidatura di ulteriori 15 strutture alberghiere e 6 imprese di ristorazione. Per qualsiasi informazione è possibile rivolgersi all'ufficio promozione dell'ente camerale, promozione@ra.camcom.it.

***Capo Servizio Promozione**
Camera di Commercio
di Ravenna

ALBERGHI E RISTORANTI

Albergo Ristorante Stella	*Alfonsine*
Classhotel Ravenna	*Ravenna*
Al Flor	*Bagnacavallo*
Hotel Ancora	*Cervia*
Hotel Astoria	*Ravenna*
Hotel Athena	*Cervia*
Hotel Bamby	*Cervia*
Hotel Bisanzio	*Ravenna*
Hotel Casali	*Cervia*
Hotel Columbia	*Ravenna*
Hotel Classic	*Ravenna*
Hotel La Tavernetta	*Ravenna*
Hotel Koko	*Ravenna*
Hotel King	*Ravenna*
Hotel Fenice	*Cervia*
Hotel Italia	*Ravenna*
Hotel Mazzanti	*Cervia*
Hotel Michelangelo	*Cervia*
Hotel Nadir	*Cervia*
Hotel Nettuno	*Cervia*
Hotel Pic Nic	*Cervia*
Hotel Riviera	*Cervia*
Hotel Sahara	*Cervia*
Hotel Tokio	*Ravenna*
Park Hotel Ravenna	*Ravenna*
Club Hotel Dante	*Cervia*
Hotel Bellevue Beach	*Cervia*
Hotel Delizia	*Cervia*
Hotel Derby Exclusive	*Cervia*

Hotel Excelsior	*Cervia*
Hotel Garden	*Cervia*
Hotel K2 Cervia	*Cervia*
Hotel Le Palme	*Cervia*
Hotel Luxor	*Cervia*
Hotel Patrick	*Cervia*
Hotel Plaza	*Cervia*
Hotel Saraceno	*Cervia*
Hotel Waldorf	*Cervia*
Palace Hotel	*Cervia*
Classhotel Faenza	*Faenza*
Hotel Cavallino	*Faenza*
Hotel Ala d'Oro	*Lugo*
Tatì Hotel	*Lugo*
Hotel Classensis	*Ravenna*
Hotel Diana	*Ravenna*
La Reunion	*Ravenna*
Villa Roncuzzi	*Russi*

RISTORANTI

La Taverna dei pescatori	*Cervia*
Al Teatro	*Cervia*
Ligio Restaurant cafè	*Cervia*
Il Veliero	*Cervia*
Trattoria Bar Flora	*Ravenna*
Kontiki	*Ravenna*
Osteria del Pescatore	*Ravenna*
Ristorante Antica Trattoria del Teatro	*Lugo*
Locanda dei Salinari	*Cervia*
Casa Conti Guidi	*Bagnacavallo*
Al Caminetto	*Cervia*
Veranda sul Mare	*Ravenna*
Osteria dei Battibecchi	*Ravenna*

Lavorare con Publimedia migliora la vita.

301be

Selezioniamo persone di talento perché diventino i migliori Agenti Pubblicitari della propria area.

Ruolo di venditori/trici di spazi pubblicitari per le aree Romagna, Emilia e Marche. L'attività si svolgerà prevalentemente presso le zone di Ravenna, Ferrara, Bologna, Rimini, Marche e Abruzzo.

infoline: 0544 511311
curriculum a: **info@publimediaitalia.com**

PUBLIMEDIA
ITALIA

Ortofrutta, suggerimenti per i consumatori

di Maria Elisabetta Ghiselli*

Prezzi. Fare la spesa costa sempre di più. Ce lo ha confermato a marzo l'indice nazionale dei prezzi al cunsumo per l'intera collettività (NIC) che al capitolo "Prodotti alimentari e bevande analcoliche" ha fatto registrare +5,5% rispetto al marzo 2007 (+0,6% rispetto a febbraio 2008). Si tratta del valore più alto dal 1996.

Ai consumatori di prodotti ortofrutticoli non resta che dare alcuni consigli per risparmiare: privilegiare nel carrello della spesa le varietà di stagione coltivate in serra o in pieno campo, che presentano migliori caratteristiche qualitative e prezzi più convenienti; approfittare dell'apertura dei mercati all'ingrosso ai privati cittadini in orari determinati per effettuare acquisti a collo (cassetta o altro) e usufruire di eventuali saldi last-minute; fare acquisti in piccole aziende agricole locali attraverso i Gas, Gruppi di acquisto solidale; utilizzare i farmers' market, i mercatini gestiti direttamente dagli agricoltori nella cosiddetta "filiera corta" recentemente promossa da Coldiretti a livello nazionale e anche provinciale. Certamente i farmers' market rappresentano una opportunità in più e per le imprese e per il consumatore, ma non sono iniziative che possono risolvere, rapidamente e magicamente, il problema del "caro prezzi"; del resto anche negli Usa e in Inghilterra, dove la tradizione dei mercati autogestiti è ben più radicata, la quota di vendite dirette è ancora del tutto marginale rispetto alla spesa alimentare complessiva delle famiglie. Nel medio periodo una politica per le commodities, cioè per le grandi produzioni agricole, con conseguenti programmazione degli investimenti e stabilità negli approvvigionamenti, potrebbe dare stabilità ai prezzi, tagliando i picchi positivi e negativi, con vantaggi per tutti.

Consumi. Dopo la buona performance del 2006 (+3%), che aveva invertito una quinquennale tendenza al calo, gli acquisti di prodotti ortofrutticoli freschi da parte dei nuclei familiari hanno fatto registrare nel 2007 un +0,5% in volume, circa 46.000 tonnellate in più rispetto all'anno precedente. Nel 2007 le famiglie hanno consumato 3.940.000 tonnellate di frutta con una spesa di 5,8 miliardi di euro (rispettivamente +0,5% e +5% sul 2006). Ha acquistato frutta il 99,8% dei nuclei familiari (99,9% nel 2006). Il volume d'acquisto di verdura è ammontato a 4.296.000 tonnellate (+0,7%) per una spesa di 6,8 miliardi di euro (+1,8%); le famiglie consumatrici di verdura sono state il 99,8% (99,9% l'anno precedente). Il consumo medio annuale è stato di 182 chilogrammi di frutta e 197 chilogrammi di verdura, con una spesa media annuale, rispettivamente, di 271 euro e 315 euro. Questi dati, raccolti da GFK per l'*Osservatorio dei consumi ortofrutticoli delle famiglie italiane* di Cesena Fiera, la spa che organizza Macfrut, sono stati diffusi nel corso della prima giornata dei lavori (programmati quest'anno dal 17 al 19 aprile) della venticinquesima edizione dell'importante manifestazione fieristica cesenate. Un anno positivo, il 2007, anche per la filiera del biologico (i consumi di ortofrutta biologica sono stati rilevati dal panel Ismea-ACNielsen). In particolare, gli acquisti

Consumi di prodotti ortofrutticoli delle famiglie tialiane *(Osservatorio Macfrut)*

FRUTTA E ORTAGGI FRESCHI	2006	2007	Var.%
Quantità (tonnellate)	8.188.000	8.236.000	+0,58
Valore (milioni Euro)	12.270	12.672	+3,27
Acquisto medio annuo per nucleo (kg)	378,0	380,0	+0,52
Spesa media annua in Euro	567,00	586,00	+3,35%

in valore di prodotti ortofutticoli biologici freschi sono cresciuti del 25,3 % rispetto all'anno precedente, a conferma della crescente importanza assunta dal segmento per le famiglie italiane. La cooperativa Apofruit, che conta attualmente 12 stabilimenti sul territorio nazionale e vanta vendite in aumento del 4% rispetto al 2006 per un totale di 40,5 milioni di euro, si appresta a una nuova fase di sviluppo caratterizzata da una rinnovata attenzione al biologico. Se la filiera dell'ortofrutta bio appare oggi tra le meglio strutturate, si rende però necessario favorire l'integrazione verticale tra aziende di produzione del

Mezzogiorno e fasi di trasformazione, distribuzione e consumo localizzate al Centro-Nord per poter superare le difficoltà logistiche e commerciali.

Produzione. Segnali di ottimismo provengono da recenti rilevazioni del Cso-Centro servizi ortofrutticoli, consorzio ferrarese pubblico-privato che associa le principali organizzazioni di produttori. L'*Indagine campionaria biennale sugli investimenti in Emilia Romagna e l'Analisi annuale della base catastale del soci* permettono di delineare la situazione produttiva della nostra regione e forniscono proiezioni a breve termine (2010) sull'assetto produttivo e varietale, mentre uno studio presentato a Bologna lo scorso 18 febbraio, *Tutti i numeri dell'ortofrutta*, ci dà ulteriori indicazioni sull'export italiano e regionale. Da gennaio a ottobre 2007 si sono avuti incrementi in quantità (+8%) e in valore (+12%) rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente. A livello di produzione l'Italia si conferma paese leader in Europa con una offerta complessiva pari a 30,4 milioni di tonnellate di frutta e verdura. Per quanto attiene l'Emilia Romagna, stabilità produttiva per le mele con un calo delle varietà tradizionali e un incremento importante per varietà come la Fuji (si prevede un aumento di oltre l'80% della potenzialità produttiva nel prossimo triennio). Se fino a qualche anno fa la melicoltura di pianura poteva sopravvivere grazie a cultivar classiche come Golden e Red Delicious, oggi, a causa della forte concorrenza delle produzioni di montagna, occorre abbattere i vecchi impianti non più competitivi e affidarsi a nuove varietà: Fuji, Gala, Pink Lady, Modì. In Emilia Romagna la melicoltura da reddito è rinata soprattutto col boom della varietà Fuji - che presenta un ottimo rapporto tra amidi, zuccheri e acidità, è resistente alla ticchiolatura e ha un aspetto più invitante grazie a un miglioramento della colorazione - per la quale, ripeto, è previsto un incremento di investimenti di oltre l'80% nel prossimo triennio. Interessanti anche le varietà Gala e Pink Lady. Recentemente si è aggiunta una nuova varietà più tardiva a buccia rossa e resistente alla ticchiolatura, la ferrarese Modì, che deve il suo nome

> "Prezzi, consumi e andamento produttivo dei prodotti ortofrutticoli freschi: in particolare di mele, pere e kiwi"

al pittore Amedeo Modigliani in quanto ha colori e forme quasi perfette.

La strada dell'innovazione varietale è una scelta vincente per far ripartire la melicoltura regionale e riportarla fra i big player europei, ma le nuove varietà, anche se più tolleranti alle malattie e ottime dal punto di vista organolettico, non bastano, da sole, a garantire il successo commerciale. Per aggredire il mercato in maniera incisiva bisogna concentrare l'offerta. Anche in Emilia Romagna qualcosa comincia a muoversi e le nuove varietà brevettate si stanno diffondendo con il sistema del "Club di prodotto".

Per le pere, sono previsti investimenti solo per la varietà Abate Fetél, in crescita del 5% nel 2010. La coltura del pero presenta in Italia un ventaglio di varietà qualificate come Abate Fetél, Conference, William e Kaiser, mentre gli altri paesi sono soprattutto concentrati su una o al massimo due varietà. Nell'Ue l'Italia detiene il 35% della produzione totale. Con circa 600.000 tonnellate l'Emilia Romagna copre il 65% dell'intera produzione nazionale; il 63% dell'offerta di pere è rappresentata da due varietà, la William con il 23% e l'Abate con oltre il 40%.

Ottime, infine, le prospettive per il kiwi. L'Italia si riconferma nel 2007 leader mondiale nella produzione, che è in costante crescita e ha recentemente superato le 500.000 tonnellate.

*** Ufficio Studi e biblioteca**
Camera di Commercio di Ravenna

L'impresa può nascere davvero in un giorno

di Cristina Franchini*

La Camera di Commercio di Ravenna, insieme ad altre 9 Camere sul territorio nazionale (Torino, Milano, Venezia, Padova, Prato, Pescara, Napoli, Taranto, Cagliari), ha avviato, in via sperimentale e facoltativa, la Comunicazione Unica (la c.d. ComUnica), lo strumento creato dal Decreto Bersani per dare una svolta decisiva alla semplificazione degli obblighi burocratici da parte delle neo imprese (art. 9 del D.L. n. 7/2007, convertito con modificazioni nella legge n. 40/2007).

La "ComUnica" è una nuova procedura telematica che consente di inoltrare al solo interlocutore Camera di Commercio, in un'unica domanda basata sull'autocertificazione, tutti gli adempimenti connessi alla costituzione, modifica e cancellazione di un'impresa, ai fini previdenziali (INPS), assistenziali (INAIL), fiscali (Agenzia delle Entrate) nonché per l'iscrizione al Registro delle imprese.

Negli ultimi mesi, grazie all'impegno concreto e al confronto di tutte le Amministrazioni interessate, si sono definite le modalità tecniche di scambio dei dati, dei formati elettronici e dei contenuti informativi delle transazioni; infatti, la presentazione della ComUnica è possibile esclusivamente per via telematica con l'utilizzo della firma digitale e della posta elettronica certificata (PEC).

Il 19 febbraio scorso, esattamente 12 anni dopo la nascita del Registro Imprese (era il lontano 19 febbraio 1996), la Camera di Commercio ha ricevuto la prima ComUnica da parte della CNA: l'iscrizione di un imprenditore edile artigiano, Vlad Iustin Calin, con contestuale richiesta di apertura della P.IVA, di iscrizione all'INAIL e all'INPS e al Registro Imprese. L'impresa è nata davvero in un solo giorno - anzi in meno di 4 ore - con il rilascio in tempo reale al richiedente della ricevuta per "l'immediato avvio dell'attività imprenditoriale". Nei giorni successivi 3 e 5 marzo anche la Confartigianato ha presentato ulteriori comunicazioni uniche per l'iscrizione di due imprenditori artigiani edili e di un commerciante.

È doveroso un ringraziamento per la disponibilità delle Associazioni di categoria e degli ordini professionali, che ormai da anni seguono l'ente camerale sulla via della semplificazione amministrativa attraverso l'applicazione delle nuove tecnologie telematiche.

Per un periodo transitorio sancito dal D.M. del 02/11/07 (6 mesi dal 19 febbraio 2008), si potrà continuare a presentare le comunicazioni separatamente secondo l'attuale iter amministrativo "a tappe"; dal 20 agosto 2008 scatterà l'obbligo di avvalersi esclusivamente dell'ufficio del Registro delle imprese.

Per agevolare l'avvio della sperimentazione e per un'eventuale formazione, già da ora, la Camera di Commercio ed in particolare l'Ufficio Firma Digitale garantisce l'assistenza gratuita all'utilizzo di queste nuove tecnologie (per informazioni: firma.digitale@ra.camcom.it e www.registroimprese.camcom.it).

L'incontro operativo del 4 marzo scorso, tenutosi presso la Camera di Commercio, tra Infocamere, Inps, Inail, Agenzia delle Entrate è stata la sede "animata" per l'introduzione a tutte le associazioni e agli ordini professionali la novità della ComUnica; vista la numerosa partecipazione e l'interesse dimostrato nella formazione si auspica che nei prossimi mesi vi sarà un segnale positivo e un concreto sviluppo della sperimentazione.

*** Responsabile del Servizio Registro delle Imprese di Ravenna**

Offerta valida a fronte di rottamazione di vetture Euro 0, Euro 1 e Euro 2 immatricolate prima del 01/01/1997 (Decreto Legge 31 dicembre 2007 n. 248). Solo per vetture in stock, grazie al contributo dei FordPartner. IPT esclusa. Consumi da 4,5 a 6,3 litri /100 Km (ciclo combinato); emissioni CO_2 da 118 a 224 g/Km. La vettura in foto può contenere accessori a pagamento. *Anticipo € 5.650. Capitale Finanziato € 9.875 (compreso di Patente Protetta, assicurazione parziale sul credito e spese apertura pratica). 36 quote da € 147. Quota finale VFG € 7.050. TAN 9.95% TAEG 12.05%.

300be

EMILIANA MOTOR S.p.a.

Ford

Ravenna	v. Faentina 222/a	Tel. 0544 460751
Lugo	v. dell'Industria 5	Tel. 0545 35194

Battuta d'arresto nelle iscrizioni al Registro Imprese

di Fabiola Licastro*

Dall'analisi dei dati di Movimprese, banca-dati del sistema camerale che elabora le informazioni contenute nel Registro delle Imprese, emerge che in provincia di Ravenna nel corso del 2007 si sono iscritte complessivamente 2.973 imprese, a fronte di 3.035 cessazioni di attività (al netto delle cancellazioni cosiddette d'ufficio), dando luogo ad un saldo negativo (-62) e quindi ad un tasso annuale, calcolato sul totale delle imprese registrate, pari a -0,15%: è questo, in estrema sintesi, il bilancio demografico del tessuto imprenditoriale locale, che delinea una battuta d'arresto giunta al seguito di un progressivo rallentamento nel tasso di crescita del numero di imprese registrate, in atto ormai da vari trimestri.
Se il 2007 ha confermato una buona inclinazione a cercare nell'impresa una via per la realizzazione personale, in quanto le iscrizioni sono aumentate del +1,7% rispetto all'anno precedente, la fiducia "nell'intraprendere" e "nell'autoimpiego" riesce sempre meno a compensare la fuoriuscita dal mercato di imprese marginali o meno strutturate per competere.
In termini assoluti, infatti, il numero delle cessazioni è progressivamente cresciuto negli ultimi tre anni, fino a raggiungere, nell'anno in esame, il valore più elevato dal 2000; in termini relativi, la loro crescita, rispetto all'anno precedente, è stata pari a +7,5%. Le pressioni economiche, come la crisi internazionale e la crisi dei consumi, si sono quindi scaricate in particolar modo su quelle attività che non sono riuscite ad inserirsi in processi innovativi di produzione e/o di strategie commerciali, necessari per affrontare la competizione e la globalizzazione dei mercati.
L'azione di tali dinamiche, per altro, è riscontrabile anche in ambito regionale e nazionale, pur con intensità differenti; infatti, per l'anno in esame, sono stati registrati tassi annuali di crescita in rallentamento anche per i più ampi contesti territoriali di riferimento: +0,50% per la regione Emilia-Romagna (era +0,8% nel 2006) e +0,75% il tasso di crescita del numero delle imprese italiane nel 2007 (+1,2% l'anno precedente).

L'andamento delle imprese dal 2000 al 2007

TOTALE IMPRESE: SERIE STORICA ISCRIZIONI, CESSAZIONI, SALDI E CONSISTENZE PROVINCIA DI RAVENNA

ANNO	Iscrizioni	Tasso Iscrizioni	Cessazioni	Tasso Cessazioni	Saldo	Imprese registrate al 31/12 (2)	Tasso di crescita annuale (3)
2000	3.080	-	2.972	-	108	41.510	-
2001	2.824	6,80	2.675	6,44	149	41.678	0,4
2002	2.793	6,70	2.807	6,73	-14	41.684	0,0
2003	2.714	6,51	2.617	6,51	97	41.793	0,2
2004	2.895	6,93	2.532	6,06	363	42.180	0,9
2005	2.957	7,01	2.582	6,12	375	42.572	0,9
2006 (1)	2.922	6,86	2.823	6,63	99	42.680	0,2
2007 (1)	2.973	6,97	3.035	7,11	-62	42.576	-0,1

(1) Al netto delle cancellazioni d'ufficio effettuate nel periodo in applicazione al Dpr.247/04 e successiva Circ.n.3585/C del Ministero Attività Produttive.
(2) Valori di consistenze e movimenti di flusso non sempre danno risultati coincidenti, a causa di variazioni che nel corso dell'anno determinano cambiamenti nelle statistiche in dettaglio per attività economica e forma giuridica, ma non alterano il valore globale delle imprese registrate. Pertanto l'eventuale scostamento del tasso di variazione dello stock rispetto al tasso di crescita, dipende dall'effetto delle "variazioni d'archivio".

Il risultato migliora se scorporiamo dal totale dei dati la ormai storica riduzione del numero delle imprese agricole, proseguita anche nel corso del 2007: il tasso di crescita, al netto dell'agricoltura, settore interessato da profondi processi di adattamento strutturale, diventa per il sistema imprenditoriale della provincia di Ravenna +0,5% (+0,8% per l'Emilia-Romagna e +1,4% per l'Italia).
Tuttavia questo risultato è ascrivibile quasi totalmente al settore delle costruzioni: infatti, non tenendo conto dei settori numericamente più piccoli (come ad esempio il comparto della sanità ed il settore della produzione e distribuzione energia elettrica, gas e acqua), il risultato migliore dell'anno appartiene ancora una volta al settore dell'edilizia con 687 imprese iscritte contro le 621 che invece, da inizio a fine anno, hanno cessato la propria attività; il saldo è risultato positivo e pari a +66 unità ed il tasso di crescita pari a +1,1%, anche se è apparso in rallentamento rispetto agli anni precedenti (il tasso di crescita per il settore delle costruzioni fu +4,8% nel 2006 e circa +5% nel 2005). Continua a crescere il peso percentuale delle imprese di questo settore sul totale imprenditoriale, passando dal 10% del 2000 al 14,8% del 2007.
Al 31/12/2007, la consistenza delle imprese registrate e con sede in provincia di Ravenna, considerando tutti i settori economici, è risultata pari a 42.576 unità; di unità locali, cioè quei punti produttivi o di servizio che l'impresa apre per lo svolgimento di attività specializzate e decentrate rispetto alla casa madre (ad esempio laboratori, magazzini, punti-vendita, depositi, centri di produzione, ecc.), ne sono state rilevate 7.767.
Per la provincia di Ravenna si osserva che la variazione percentuale delle unità locali registrate a fine dicembre 2007, è stata pari a +1,2% rispetto alla corrispondente data del 2006 (+2,1% in Emilia-Romagna e +3,3%in Italia); +3,1% il risultato raggiunto nel medesimo periodo del precedente anno (per l'Emilia-Romagna +2,6% e per l'Italia si è registrato lo stesso risultato del 2007, cioè +3,3%).
Se al numero delle sedi d'impresa (42.576) si aggiungono le unità locali presenti (7.767), si ottengono le "localizzazioni", pari ad un totale di 50.343 attività registrate a fine dicembre 2007 nella provincia di Ravenna. Quasi il 37% delle menzionate 7.767 unità locali, fanno capo ad imprese con sede fuori della nostra provincia.
Sono sempre meno le imprese che nascono adottando forme giuridiche cosiddette "semplici", come la Ditta individuale o la società di persona, e sempre più quelle che, per operare sul mercato, scelgono una forma giuridica più "strutturata" come le società di capitale. Questa tendenza, in atto già da alcuni anni, è continuata nel 2007, anno in cui si è ulteriormente ridotto il contributo delle ditte individuali allo stock complessivo delle imprese, pur rimanendo la forma giuridica maggiormente prescelta dalle imprese ravennati, passando dal 59,2% del 2005 al 58,9% del 2007, un gap che, rispetto al 2000, è di 4,4 punti percentuali.
Per quanto riguarda il peso percentuale delle società di persone sul complesso delle imprese registrate, si è riscontrato, in provincia di Ravenna, un valore pari a 23,2% al 31/12/2007 (23,5% al 31/12/2006).
Dinamica opposta quella che caratterizza le società di capitale: continua ad aumentare il loro peso relativo sul totale delle imprese (11,4% a fine 2000 e 15,8% a fine dell'anno in esame), grazie ad un tasso di crescita sostenuto, pari a +4,1% nel 2007.
In ambito regionale e nazionale, l'incidenza relativa delle imprese distinte per natura giuridica, risulta essere: società di capitale, rispettivamente, 19,6% e 20,1%; società di persone 23,0% e 20,0%; imprese individuali 55,0% il dato medio regionale e 56,6% l'incidenza percentuale per l'Italia.

Le banche-dati del sistema camerale, forniscono anche informazioni sugli imprenditori e sulle imprenditrici che operano nelle imprese; ad esempio, un dato

utile da esaminare per caratterizzare meglio la struttura imprenditoriale locale, è quello della distribuzione delle persone con cariche sociali, nelle imprese registrate per la provincia di Ravenna, ripartite per classi di età.
Suddividendo le persone secondo tre classi di età (meno di 30 anni; tra 30 e 49 anni; 50 anni e più), più una residuale di persone con età non classificata, in provincia di Ravenna, la classe di età più numerosa è quella degli imprenditori over 50 (47,7% per Ravenna; 45,8% per l'Emilia-Romagna e 43,6% per l'ambito nazionale), subito seguita da quella degli imprenditori fra i 30 ed i 49 anni (47,4% per Ravenna; 48,8% per la regione e 49,5% per l'Italia). Per la nostra provincia, all'interno della classe 50 anni e più, il 78,8% è costituito da imprenditori ed amministratori in età compresa fra 50 e 69 anni (81,5% in Emilia-Romagna e 80,6% in Italia); il restante 21,2% sono in età maggiore o uguale a 70 anni (18,5% in Emilia-Romagna e 19,4% in Italia): la struttura imprenditoriale provinciale appare un po' più "anziana" di quella regionale e nazionale; il settore economico con maggior presenza di ultra-settantenni è l'agricoltura.
La classe degli under 30, che possiamo definire dell'imprenditoria giovanile, è la meno numerosa (4,8% per Ravenna; 5,2% per l'Emilia-Romagna e 6,1% per l'Italia); questo fenomeno, che riflette il fenomeno più generale dell'invecchiamento complessivo della popolazione, può destare qualche perplessità sul piano del ricambio generazionale futuro delle imprese.
I settori con maggior presenza di giovani imprenditori ed amministratori (con meno di 30 anni) sono quello delle costruzioni ed il composito comparto del commercio, in particolare quello al dettaglio.
Secondo il genere, nel nostro territorio, gli uomini rappresentano il 73,5%, mentre le donne il 26,5%.
Per quanto riguarda la nazionalità (o meglio lo stato di nascita), solo una piccola percentuale, pari a 5,7%, descrive l'incidenza degli imprenditori ed amministratori esteri, anche se occorre sottolineare che negli ultimi anni il contributo della micro-imprenditoria straniera è stato fondamentale per la tenuta numerica del Registro delle Imprese, generando un flusso di nuove iscrizioni, soprattutto di imprese individuali, in grado di compensare, seppure non integralmente, la fuoriuscita del medesimo tipo di ditta a titolarità italiana.
In particolare, per quanto riguarda imprenditori ed amministratori stranieri, quasi il 77% sono extracomunitari, soprattutto provenienti da Marocco, Albania, Senegal e Tunisia.

> "2.973 imprese iscritte nel 2007 contro 3.035 cessazioni, un saldo negativo da mettere in relazione con il rallentamento del tasso di crescita"

Le imprese artigiane

Il bilancio delle imprese artigiane si discosta da quello complessivo per una dinamica leggermente migliore, soprattutto legata alla concentrazione delle attività artigianali nel settore delle costruzioni ed installazione impianti (il comparto dell'edilizia rappresenta quasi il 43% dello stock delle imprese artigiane).
Nel corso del 2007 si sono iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio di Ravenna, 1.173 imprese artigiane e se ne sono cancellate 1.154, al netto delle cessazioni d'ufficio che, essendo provvedimenti amministrativi (peraltro per Ravenna ancora di modesta entità) non dipendono dalla congiuntura economica.
Il bilancio demografico delle imprese artigiane registra quindi ancora complessivamente un saldo positivo (+19) ed un tasso di crescita annuale positivo pari a +0,2%, ma i dati confermano un ulteriore rallentamento della performance dell'artigianato locale, già evidenziato l'anno precedente, esaurendo la spinta propulsiva che dava all'intero sistema imprenditoriale negli ultimi anni (+1,6% il tasso di crescita nel 2006 e +2,2% l'anno precedente).

Il rallentamento registrato nell'anno in esame è stato accentuato, da un lato, dalla crescita del numero delle cessazioni, che è risultato il più elevato fra quelli osservati dal 2000 ad oggi, e dall'altro, dal contemporaneo calo delle iscrizioni (quasi – 4% rispetto al 2006).
Rispetto al dato regionale e nazionale, la provincia di Ravenna registra una crescita più o meno in linea con quella dell'Emilia-Romagna (+0,12%), ma inferiore a quella media nazionale (+0,8%).
Alla base della tenuta dell'anagrafe artigiana, come peraltro avviene sia in ambito regionale che nazionale, ancora una volta ritroviamo il contributo del settore delle costruzioni; l'analisi per attività economica, infatti, mette in evidenza la concentrazione delle nuove imprese proprio nell'edilizia (676 imprese artigiane iscritte contro le 543 che hanno chiuso l'attività ed un tasso di crescita annuale pari a +2,6%).
Oltre alle costruzioni, solo il settore dei servizi alle imprese (attività immobiliari, noleggio, informatica, servizi di pulizia, ecc..), evidenzia un tasso di crescita del numero di imprese artigiane positivo e pari a +2,3%.
In controtendenza rispetto al dato complessivo del comparto manifatturiero, che ha dato luogo, per quanto riguarda il numero di imprese artigiane, a un tasso annuale pari a -0,6%, solo il sottosettore alimentare (+2,3%)
Per quanto riguarda le forme giuridiche, va evidenziata anche per l'anno 2007, la crescita delle imprese artigiane costituite sotto forma di società di capitale, che mettono a segno un brillante tasso di crescita, rispetto all'anno precedente, pari a +13,2%; cresce anche la loro incidenza percentuale che raggiunge quasi la quota del 3% (era poco più del 2% nel 2006). Questo dato è di estrema positività, anche perchè si accompagna sempre più non solo all'aumento dimensionale delle imprese, ma anche ad una frequente organizzazione in gruppi o filiere.
Ad eccezione delle società di persone, con un tasso annuale che mette in evidenza un decremento (-0,9%), praticamente all'insegna della stabilità tutte le altre forme giuridiche, anche le ditte artigiane individuali che comunque continuano a costituire largamente l'ossatura del comparto, rappresentando il 76,7% di tutto lo stock artigiano provinciale (74,9% in Emilia-Romagna e 78,5% in ambito nazionale).
L'incidenza delle imprese artigiane rispetto all'intero tessuto produttivo provinciale è risultato pari a 28,4% .
Se si esamina in dettaglio la composizione strutturale dell'universo delle imprese artigiane, si conferma che a fine dicembre 2007 per la provincia di Ravenna l'organizzazione produttiva è concentrata per l'88% in quattro settori: le costruzioni, le attività manifatturiere, i trasporti ed il composito settore denominato "altri servizi pubblici, sociali e personali"; all'interno di qust'ultimo, più dell'80% delle ditte artigiane registrate esplica attività di parrucchiere, barbiere e nel campo dei trattamenti estetici.
La presenza di imprese artigiane è ampiamente diffusa sul territorio; all'interno della nostra provincia, Conselice, con il 42%, è il comune con la più alta quota di artigiane sul complesso delle imprese, seguito da Massalombarda con il 39,6%. Casola Valsenio, invece, quello a minor vocazione artigiana (19,5%).

(*) Responsabile Servizio
Statistica Prezzi Protesti Brevetti e Marchi

IMPRESE ARTIGIANE

IMPRESE ARTIGIANE : SERIE STORICA ISCRIZIONI, CESSAZIONI, SALDI E CONSISTENZE PROVINCIA DI RAVENNA

ANNO	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Imprese registrate al 31/12	Tasso di crescita annuale (2)
2000	1.065	896	169	10.772	-
2001	1.014	821	193	10.965	1,79
2002	1.045	813	232	11.197	2,12
2003	1.070	867	203	11.400	1,81
2004	1.122	864	258	11.658	2,26
2005	1.162	911	251	11.909	2,15
2006 (1)	1.221	1.036	185	12.092	1,55
2007 (1)	1.173	1.154	19	12.104	0,16

(1)) Al netto delle cancellazioni d'ufficio effettuate nel periodo in applicazione al Dpr.247/04 e successiva Circ.n.3585/C del Min Attività Produttive.
2) (Iscritte-Cessate al netto delle cancellazioni d'ufficio)/Stock ad inizio periodo x100.

Scommettere sulla Romania

di Marzia Cavazzini*

Prosegue anche in questo numero, con una scheda informativa sulla Romania, la rubrica curata dall'Eurosportello dedicata alle opportunità di sviluppo imprenditoriale fornite dai finanziamenti previsti dai fondi strutturali comunitari nei Paesi dell'Est Europa recentemente entrati nell'Unione Europea.

Con una posizione geografica strategica, nell'intersezione di tre corridoi di trasporto europei e con favorevole accesso ai paesi appartenenti all'ex URSS, Balcani e Medio Oriente, oggi la Romania rappresenta uno dei mercati in prospettiva futura più interessanti dell'Europa Centro Orientale.

Il Paese è entrato ufficialmente nell'Unione Europea il 1° gennaio 2007. Gli sforzi compiuti nel processo di adesione all'Unione Europea, le riforme applicate in diversi settori economici e l'introduzione di nuove normative fiscali hanno stimolato lo sviluppo di investimenti, sia locali che esteri, determinando una forte crescita nell'economia del Paese. I tassi medi annuali di crescita dell'economia negli ultimi 7 anni si aggirano intorno ai 6 punti percentuali.

Il principale settore produttivo, in termini di PIL, è rappresentato dai servizi: nel 2006 la loro incidenza è stata pari al 48,5%. Si tratta di un settore in continuo sviluppo dove le migliori performance nell'ultimo trimestre del 2007 si registrano nei servizi commerciali, di intermediazione finanziaria e nella categoria

Piano Operativo COMPETITIVITA' ECONOMICA

Obiettivo generale del piano è la crescita della competitività delle imprese rumene per la risoluzione del gap nella media UE delle capacità produttive. L'obiettivo è quello di raggiungere una crescita media annua della produttività pari al 5,5% fino al 2015. Il PO ha a disposizione 3 miliardi e mezzo di Euro per il periodo 2007-2013.

Le priorità sono:

1. Sviluppo di un sistema produttivo innovativo, con il sostegno ad investimenti produttivi per accrescere la competitività delle imprese, strumenti di accesso al credito e sviluppo dell'imprenditoria

2. Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione per la competitività, sostenendo la crescita della capacità di ricerca e sviluppo e stimolando la cooperazione tra enti di ricerca e settore industriale

3. Tecnologia dell'informazione e della comunicazione, con l'obiettivo di valorizzare il potenziale delle TIC e la loro applicazione

4. Miglioramento dell'efficienza energetica e sviluppo duraturo del sistema energetico

5. Romania come destinazione turistica e d'affari per promuovere le capacità ricettive turistiche locali.

Piano Operativo SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

Obiettivo generale è favorire l'integrazione delle figure professionali sul mercato del lavoro e lo sviluppo di risorse umane: crescita della competitività e accesso al mercato del lavoro, garantire pari opportunità di studio continuo. Il programma ha a disposizione, per il periodo 2007 – 2013, circa 3,5 miliardi di Euro dal Fondo Sociale Europeo.

Peculiarità dei progetti che potranno essere presentati è il loro valore spesso ridotto, di facile elaborazione ed implementazione.

Gli assi prioritari del POR sono:

1. Società della conoscenza

2. Qualità dell'istruzione

3. Istruzione continua

4. Aumento della flessibilità e adattabilità della forza lavoro e delle imprese

5. Ammodernamento dei servizi pubblici per l'impiego

6. Promozione dell'inclusione sociale

dei servizi pubblici, di difesa, sicurezza sociale, educazione e sanità. Il settore dell'industria contribuisce a circa ¼ del PIL rumeno. I principali settori sono il siderurgico, l'industria meccanica e metalmeccanica, il tessile e la chimica.
L'agricoltura contribuisce per una quota inferiore all'8% alla formazione del PIL: la principale coltura è rappresentata dai cereali, ma importanza primaria hanno anche culture orticole e frutticole.

I fondi strutturali in Romania

I Fondi Strutturali sono il principale strumento con cui l'Unione Europea persegue la propria politica di coesione economica e sociale fra le regioni degli Stati Membri: con il recente ingresso anche della Romania nell'Unione Europea si estende la possibilità di accedere ai contributi messi a disposizione dai programmi comunitari, tra questi i programmi di sviluppo regionale. I fondi strutturali concedono contributi a fondo perduto, tra gli altri, anche agli operatori economici che intendono realizzare iniziative in linea con le politiche comunitarie e le priorità del paese che di tali fondi beneficia.
Il Quadro Strategico Nazionale per gli anni 2007-2013 rappresenta il documento di riferimento per la programmazione dei fondi strutturali e di coesione. Nel periodo 2007-2013 la Romania beneficierà del sostegno dell'UE tramite i fondi strutturali e di coesione, per un volume di circa 19,7 miliardi di Euro. Il contributo comunitario è destinato a sostenere il raggiungimento delle priorità nazionali di sviluppo, in vista della riduzione nel livello di sviluppo a confronto con gli Stati già membri: per la Romania l'obiettivo generale è la riduzione di questo livello grazie a un incremento supplementare del PIL pari al 15% e del 2% per l'incremento dell'occupazione.
Le priorità e le azioni definite sono:
- Sviluppo dell'infrastruttura di base agli standard europei, con il sostegno ad investimenti nelle infrastrutture nei trasporti, infrastrutture ambientali e attraverso l'utilizzo sostenibile delle risorse naturali
- Crescita della competitività a lungo termine dell'eco-

nomia locale, attraverso il sostegno all'innovazione, accesso ai finanziamenti e sostegno degli investimenti nelle PMI
- Sviluppo ed efficienza del capitale umano, sia con il supporto alle strutture di formazione e istruzione, sia con lo sviluppo dello spirito imprenditoriale e la promozione dell'inclusione dei gruppi sociali svantaggiati
- Consolidamento della capacità amministrativa efficiente, con il miglioramento del management del settore pubblico
- Promozione di uno sviluppo territoriale equilibrato, attraverso lo sviluppo regionale e lo stimolo della crescita economica nelle regioni meno sviluppate.

Le risorse finanziarie a disposizione della Romania sono suddivise in programmi operativi settoriali: per le PMI i programmi operativi settoriali di maggiore interesse, che prevedono misure ad accesso diretto da parte delle imprese locali, sono il PO Competitività Economica e il POR, con riferimento alle attività durevoli mentre nell'ambito del PO Sviluppo delle Risorse Umane, la competitività delle imprese è stimolata attraverso i processi di formazione e adattamento della forza lavoro.

Il servizio informativo Sidi Eurosportello sui fondi strutturali dell'Est Europeo

In occasione della partenza della nuova fase di programmazione dei fondi europei per il periodo 2007-2013, l'Azienda speciale Sidi Eurosportello della Camera di Commercio di Ravenna ha sviluppato un servizio di assistenza sui fondi strutturali in alcuni paesi dell'Europa centrale ed orientale. Destinatari di tale servizio sono quanti hanno realizzato o intendono realizzare progetti di sviluppo imprenditoriale in Bulgaria, Polonia, Ungheria, Repubblica Ceca, Slovacchia, Romania.

Il servizio, che si svolge in partnership con Informest Agenzia per lo sviluppo e la cooperazione economica internazionale di Gorizia, consente alle aziende interessate di rimanere informate sui finanziamenti in questi paesi e di partecipare ai bandi, altrimenti difficilmente accessibili in quanto pubblicati solo nei vari paesi e nelle lingue locali.

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

INFO

Azienda Speciale SIDI Eurosportello Camera di Commercio di Ravenna - Marzia Cavazzini
Tel. 0544 481440 - 338 3990401
Fax 0544 218731
E-mail: marzia.cavazzini.guest@ra.camcom.it

Mercedes-Benz è un marchio DaimlerChrysler.

CLS 320 V6 CDI. Consumi l/100 km: urbano 10,60 - extraurbano 5,90 - misto 7,60. Emissioni di CO_2: 202 g/km.

Classe CLS

CLS coupé 320 V6 CDI.
Il richiamo della bellezza.

Motore V6: potenza 224 CV
Cambio automatico 7G-Tronic
Accelerazione 0-100 km/h: 7,0 secondi
Velocità massima: 246 km/h

258be

DESSTEFANI

RAVENNA - Via Dismano, 2 - Tel. 0544/479611
FORLÌ - Via Ravegnana, 407 - Tel. 0543/811011
FAENZA (RA) - Via Emilia Ponente, 18 - Tel. 0546/643911
IMOLA - Via Pola, 23 - Tel. 0542/691911

Mercedes-Benz

La qualità dei prodotti a tutela dei consumatori

La Camera di Commercio ha organizzato il convegno "Conformità e sicurezza nei beni di consumo: esperienze a confronto".
"Uno dei temi che maggiormente interessa imprese e consumatori – commenta il presidente dell'Ente, Gianfranco Bessi – è la conformità e la sicurezza dei beni di consumo. Per le imprese si tratta di un impegno verso i clienti, ma anche di una precisa sfida alla competizione internazionale. Sul mercato, infatti, vi sono prodotti provenienti da Paesi dove non sempre si rispettano i criteri di qualità e sicurezza e questo avviene per il vantaggio di bassi costi di produzione".
"Le imprese italiane, al contrario, – afferma ancora Bessi – sono sempre più attente alla creazione di prodotti nel rispetto di procedure che ne garantiscono un utilizzo sicuro da parte dei propri clienti.
Dall'altra parte, i consumatori sono sempre più consapevoli e dotati di strumenti, voluti dal legislatore nazionale ed europeo, per una spesa attenta, certa e ponderata.
Qualità, sicurezza, trasparenza sono tre criteri decisivi per la sfida competitiva in tanti settori della nostra economia.
L'iniziativa di oggi si inserisce nel contesto dell'attività del Servizio tutela del consumatore della Camera di Commercio, che ogni anno prevede un convegno pubblico su temi di vasto interesse.
Sono stati trattati, negli anni precedenti, il Codice del consumo, la sicurezza alimentare, l'inquinamento elettromagnetico, gli OGM e l'aumento dei prezzi. Temi che hanno suscitato grande partecipazione.
Queste iniziative sono un ulteriore segno del ruolo della Camera di Commercio, che mette in campo diversi servizi che avvicinano l'impresa al consumatore.

Ringrazio tutti gli ospiti che hanno aderito al nostro invito, certo che anche oggi scaturiranno interessanti elementi di analisi".
"Quello affrontato nel convegno – dichiara Enzo Romeo Camanzi, rappresentante dei consumatori in seno alla Giunta camerale – è un tema di interesse generale e che coinvolge tutti noi consumatori, molto più attenti nel fare le compere e che pretendiamo (e ne abbiamo diritto), garanzie, qualità, sicurezza e, per acquisti specifici (come frigoriferi, lavatrici, e altri elettrodomestici) che abbiano anche un basso consumo energetico. Esistono normative e specifiche alle quali tutti i produttori si debbono attenere e, ad onor del vero, le imprese italiane rispettano".
"È opportuno che si sappia – dice ancora Camanzi – che noi consumatori abbiamo dei diritti e che questi diritti sono tutelatida diversi D.lgs raccolti nel Codice dei consumatori e, per rimanere in tema, il D.lgs n. 24, pubblicato il 2 febbraio 2002, che tratta taluni aspetti della vendita e delle garanzie di consumo: garanzia che è di due anni e che fa riferimento ai difetti di conformità. Se il bene acquistato presenta un difetto irreparabile (esempio ricorrente: un cellulare viene inviato all'assistenza e questa non riesce a ripararlo e non è dimostrata la responsabilità dell'acquirente) si ha diritto che venga sostituito o si può pretendere la risoluzione del contratto. Nel caso si trovi resistenza – aggiunge Camanzi – da parte del venditore è opportuno fare riferimento alle associazioni a difesa dei consumatori che operano in provincia: Adoc, Adiconsum, Federconsumatori, Legaconsumatori/Acli. Così come quando avete problemi problemi con i vari operatori telefonici Telecom, Fastweb, Tele2, Wind-Infostrada, Tim ed altri, anche in questo caso è opportuno interpellarci, così come per le truffe telematiche. Spesso collaboriamo con la Polizia postale del comandante Zannoni".

I processi di globalizzazione nel settore dei beni di consumo

La mia relazione verterà sugli attuali processi di globalizzazione in atto in generale ed in specifico nel settore dei beni di consumo, sull'emergere in tale quadro della Cina – e sullo sfondo, dell'Asia – come grande area tendenzialmente egemonica a livello economico e su quale possa essere, in tale contesto, una corretta linea di intervento da parte del nostro sistema.

Tali processi non sono comunque dei fatti distanti che ci riguardano solo sino ad un certo punto, ma essi contribuiscono a modellare e a condizionare in maniera profonda e diretta la nostra vita di tutti i giorni.

Per meglio capire quanto il processo di globalizzazione sia andato lontano, prendiamo ad esempio un comune capo di abbigliamento, i blue jeans. Qualche anno fa un giornalista inglese si è preso la briga di analizzare la provenienza di un paio di pantaloni di questo tipo. Un blue jeans è fatto essenzialmente di tela, di filo per cucire, di una chiusura lampo, di alcuni bottoni.

Ora, il giornalista ha trovato che la tela utilizzata era stata fabbricata con del cotone che poteva venire dal Benin, dal Pakistan, o dalla Corea del Sud, mentre il colore di indigo con cui essa era stata tinta proveniva dalla Germania. Il filo per cucire era ricavato da fibre prodotte in Giappone; il tessuto della chiusura lampo veniva dalla Francia, mentre la sua parte metallica era di nuovo di provenienza giapponese. I bottoni erano prodotti con zinco e rame provenienti dalla Namibia e dall'Australia ed erano stati lavorati in Germania. La tela era stata poi prodotta in Italia; il filo per cucire in Irlanda del Nord, Ungheria, o Turchia ed era stato tinto in Spagna. La chiusura lampo era stata prodotta in Francia da un'impresa giapponese. La produzione dei jeans era stata fatta in Tunisia; il prodotto era stato inviato poi in Francia, da dove era stato successivamente spedito verso Londra, da dove era stato infine inviato per la vendita ad Ipswich, dove il giornalista lo aveva poi comprato. Il marchio Lee Cooper e il design erano di provenienza statunitense.

Cosa ci mostra questo caso? Essenzialmente come i processi di globalizzazione abbiano scavato in profondità e come il sistema economico mondiale sia estremamente interconnesso in un viluppo di rapporti economici, finanziari, tecnologici, ormai pressoché inestricabili, a meno di un grande rivoluzionamento dell'assetto economico mondiale. Lo sviluppo economico del mondo appare sempre più imprescindibile dal mantenimento di un'ampia apertura delle frontiere al flusso di merci, capitali, persone, informazioni.

Vediamo adesso lo stesso fenomeno da un altro punto di vista, quello del prezzo dei prodotti e dello squilibrio tra il "prezzo cinese" e quello di altri mercati. Qualche anno fa uno studioso ha registrato il prezzo di vendita alla fonte di alcuni prodotti cinesi: un paio di calzini aveva un costo di 30 centesimi, una tee-shirt di 75 centesimi, una penna a biro di 2-3 centesimi, occhiali da sole 70 centesimi, un coltello da bistecche 5 centesimi, un orologio per bambini 15 centesimi, una sveglia 25 centesimi, un piatto pochi centesimi.

Da questo esempio rileviamo, da una parte, la grande difficoltà a competere con un sistema economico che è in grado di produrre degli oggetti a tali prezzi, dall'altra la grande differenza tra i costi alla produzione in Asia e quelli alla vendita in Europa. Il fatto è che i consumatori potrebbero godere ancora molto di più, potenzialmente, dei vantaggi di tali prezzi.

E veniamo a questo punto a le considerazioni di carattere più generale. I processi di globalizzazione sono partiti come una tendenza dei paesi più ricchi ad inserirsi saldamente anche nei mercati dei paesi meno avvantaggiati e ad arrivare al controllo delle loro risorse. Ma negli ultimi anni appare sempre più evidente che le cose stanno andando in modo diverso dal previsto e che almeno alcuni paesi emergenti, Cina ed India in testa, stanno diventando dei protagonisti imprescindibili di tale sistema mondiale.

Alcune previsioni, proiettando verso il futuro gli attuali trend di sviluppo, stimano che il "paese di mezzo" diventerà la più importante economia del mondo forse già intorno al 2016-2017, scalzando così gli stessi Stati Uniti. Anche se prevedere il futuro è sempre un'impresa molto azzardata,

comunque tali valutazioni indicano delle tendenze in atto che sembra difficile arrestare in maniera significativa.
Sarebbe sbagliato considerare che il paese asiatico stia acquisendo il ruolo di protagonista soltanto grazie al basso livello dei suoi salari, o al favorevole rapporto di cambio. In realtà, la sua crescita si basa anche su grandi economie di scala (ad esempio, si pensi soltanto che nel paese si producono oggi 9-10 miliardi di paia di calzini all'anno), su una forte crescita annua dei livelli di produttività, su massicci livelli di investimento, su crescenti risorse concentrate nella ricerca, su di un apparato pubblico che, pur non essendo certo esente da fenomeni di corruzione, appare molto efficiente e in grado di realizzare gli obiettivi fissati dal sistema.
Ora, di fronte a tali fenomeni, ci si chiede cosa si può e si deve fare nel nostro paese per reggere vittoriosamente il passo a tale offensiva.
Bisogna intanto certamente non passare sotto silenzio il fatto che tale processo di sviluppo poggia, anche se certamente non soltanto, su un grande sfruttamento del fattore lavoro, nonché sulla contraffazione sistematica dei prodotti della concorrenza, sulla scarsa tutela della proprietà intellettuale, infine su rilevanti problemi di qualità e sicurezza di certe produzioni, come le cronache del 2007 hanno ampiamente mostrato un po' in tutto il mondo.
Sul primo punto bisogna sviluppare delle azioni che portino il governo del paese a migliorare sostanzialmente la condizione dei lavoratori; da questo punto di vista, bisogna considerare con simpatia l'approvazione recente di una prima legge sul lavoro che tutela i dipendenti molto più di prima.
Sui problemi della contraffazione dei prodotti e su quelli della qualità nei paesi occidentali esistono leggi che, in teoria almeno, tutelano da questi fenomeni, anche se la loro applicazione pratica lascia di frequente a desiderare; da questo punto di vista, sembra evidente che bisogna intensificare gli sforzi di controllo e repressione del fenomeno. Anche in questo caso va salutato il fatto che l'Unione Europea abbia lanciato nelle ultime settimane una campagna globale contro le contraffazioni; in questa campagna viene sottolineato il fatto che essa danneggia non solo le imprese europee e i suoi marchi, ma anche i consumatori e gli stessi lavoratori coinvolti.
Per quanto riguarda la tutela della proprietà intellettuale si tratta invece, tra l'altro, di intensificare gli sforzi in sede comunitaria verso le autorità di Pechino, tramite anche la persuasione e il negoziato.
Questo detto, ed anche supponendo che una forte mobilitazione ed un rilevante impegno su alcuni dei punti sopra indicati portino a dei risultati tangibili, tutto questo, a nostro parere, non può comunque bastare.
Bisogna aggiungere che, in realtà, la principale linea di condotta che nel lungo termine può dare dei frutti nella lotta concorrenziale con i paesi emergenti è quella del guardare in avanti, del puntare sull'innovazione, sulla ricerca, sull'istruzione, sull'unione degli sforzi tra le imprese, in una parola sullo stare avanti agli altri. In particolare, appare indispensabile cercare di collocarsi sempre più sulle fasce alte di mercato dei vari business, sulle produzioni ad "alto valore aggiunto di conoscenza".
Da questo punto di vista, nel nostro caso bisogna focalizzare l'attenzione sul *made in Italy*, tra l'altro su quel segmento del lusso che appare, da molto tempo, una nostra vocazione fondamentale, nonché su alcune tecnologie avanzate nel settore dei beni strumentali, che noi governiamo bene.
Va comunque ricordato che abbiamo di fronte un'altra difficoltà – che per altri versi è invece anche un punto di forza – che è costituita dal fatto che l'Italia è un paese fatto sostanzialmente di piccole e medie imprese. Molte di queste strutture non sono in grado di competere da sole sui grandi mercati internazionali, viste le loro ridotte dimensioni, che non permettono loro di dotarsi di adeguati centri di ricerca, di reti commerciali internazionali soddisfacenti, di livelli di produzione tali da fare scattare importanti economie di scala. Ecco quindi emergere la necessità di profondi processi di integrazione, di accorpamento tra imprese, processi che l'operatore pubblico dovrebbe incoraggiare e sostenere con politiche più adeguate e più convinte.

Vincenzo Comito
Docente di finanzia aziendale
dell'Università di Urbino

Il Codice del consumo alla base dei criteri per certificare le caratteristiche dei prodotti

L'Istituto Masini da 45 anni si occupa di certificazione. Il suo compito è quello di valutare quelli che sono i beni, i prodotti, i sistemi e definire se questi rispettano o meno alcuni criteri definiti dalle legislazioni e dalle norme. Il codice del consumo che è stato recepito in Italia come decreto nel 2005, è alla base di quella che è la vostra sicurezza fondamentale, la sicurezza dei prodotti che voi utilizzate; prima di questo c'era solamente una serie di direttive che non erano collegate fra di loro, direttive che vanno dall'88 al 2008 e che riguardano la sicurezza dei prodotti. Negli anni 90 si parla di direttive di nuovo approccio: infatti da allora in avanti altre direttive sono nate con una nuova finalità e con alcune serie di parametri da consolidare. Il codice del consumo ha fatto da cappello a tutte queste direttive colmando i buchi che ogni direttiva aveva; se ci sono delle direttive specifiche che riguardano un prodotto, il codice del consumo non si applica per quelle parti della direttiva che coprono quel prodotto.

Il codice del consumo serve a tutelare il consumatore, a definire la sicurezza dei prodotti e a dare adeguate informazioni agli utilizzatori.

Il produttore è colui che immette sul mercato per la prima volta nello spazio europeo quel prodotto; quindi a qualsiasi titolo che sia produttore, che sia distributore, che sia importatore se lo immette sul mercato per la prima volta risulta a tutti gli effetti "produttore" e in quanto tale ne subisce anche le conseguenze a livello penale se ci fossero problemi. Il distributore è il passo successivo, colui che distribuisce il prodotto sul territorio con annessi doveri e benefici. I prodotti finali sono tutti quei prodotti destinati ad essere utilizzati secondo le loro modalità prevedibili dall'utilizzatore finale; la direttiva del codice del consumo esclude i prodotti alimentari e farmaceutici. Un prodotto è sicuro se rispetta una serie di requisiti che vanno dalle caratteristiche del prodotto, alla fascia di mercato fino a quale categoria di consumatore è destinato.

Si presume che il prodotto sia sicuro quando rispetta le norme nazionali o europee o le norme dello stato in cui è commercializzato o segue le raccomandazioni dell'Unione europea o i codici dettati per quel particolare prodotto. Vi voglio ora presentare tre direttive: la direttiva riguardante i giocattoli, quella riguardante i tessili e quella riguardante i prodotti elettrici.

Direttiva 88/378 - Giocattolo è tutto quello che è manifestamente concepito o può essere utilizzato in quanto tale, ai fini di gioco, dai minori di anni 14, compresi eventuali relativi apparecchi di installazione, uso e altri accessori. Anche se io non definisco un prodotto "giocattolo" se questo per concezione, forma o aspetto è un giocattolo io lo devo definire tale; e vale anche il contrario...se o definisco qualcosa "giocattolo" mentre questo manifestamente non lo è, non può essere considerato un giocattolo. Es: articoli sportivi destinati a minori di anni 14, non sono giocattoli e lo stesso vale per articoli di modellismo. Il giocattolo deve rispettare alcuni requisiti quando viene immesso sul mercato: quali sono? Deve essere sicuro: cosa si intende? La regola della buona fabbricazione è sottintesa, quelli che devono essere rispettati sono dei requisiti che vengono definiti "requisiti essenziali di sicurezza". Cosa sono?Una serie di caratteristiche che devono essere rispettate, a cominciare dalla composizione, le caratteristiche meccaniche e chimiche . Per progettare qualcosa di sicuro esistono norme dette "armonizzate": la commissione europea identifica un'esigenza a livello di sicurezza su un determinato bene e chiede all'Organo Normativo Tecnico Europeo di studiare il problema ed emettere una norma che dopo la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale, diventa a tutti gli effetti una norma armonizzata. Non per tutti i prodotti però esistono norme armonizzate da usare come strumenti

per la progettazione in sicurezza, alcuni sono prodotti di nuova concezione per i quali ancora non esistono norme a cui fare riferimento, e il produttore si deve rifare ai "requisiti essenziali di sicurezza" con l'aiuto di un ente terzo, vale a dire un Organismo Notificato. La sicurezza del giocattolo è strettamente legata all'età del bambino, diversi infatti sono i modi di giocare a seconda del bambino. Per questo motivo ogni giocattolo ha un "target d'età" e l'etichetta sul prodotto con relativo simbolo, serve proprio al consumatore per conoscere questo target. Altre valutazioni vengono fatte sul rilascio di metalli pesanti, su coloranti, sulla presenza di sostanze azotate, sostanze cancerogene, sulle norme igieniche, sulla pulibilità, sulla radioattività, sull'infiammabilità ecc.

Il marchio CE è estremamente importante: il simbolo è composto da due cerchi sovrapposti e la parte centrale della "e" è di 2/3 il raggio del secondo cerchio; le sue dimensioni minime sono 5 mm. Ha una sua struttura particolare e se il prodotto marchiato CE non ha un simbolo con queste caratteristiche probabilmente vi trovate di fronte ad un marchio non corretto. Il marchio CE falso è anche chiamato "China Export".

Poche cose fondamentali sui prodotti tessili, in particolare mi soffermerei sull'etichettatura degli stessi (vedi direttive : 96/74 e 97/37). La cosa molto importante dell'etichettatura è che soltanto 44 nominativi di fibre tessili possono essere utilizzate, né più né meno. Esiste infatti un elenco di 44 nomi in cui le fibre vengono differenziate in "naturali" (dall'1 al 18) e "sintetiche" (dal 19 al 44). Fibre naturali: fibre ottenute da materie prime naturali, fibre di sintesi: esiste quindi un prodotto chimico alla base della costruzione di questa fibra. Voglio anche illustrarvi le direttive sui prodotti elettrici. Ci sono due direttive: "direttiva a bassa tensione" e "direttiva a compatibilità elettromagnetica".

La "direttiva a bassa tensione" n.73/23 è stata superata di recente dalla direttiva 2006/95, e riguarda i criteri di sicurezza dei prodotti elettrici. La direttiva si applica a tutto quello che è alimentato con una tensione nominale superiore ai 50 Volt in corrente alternata e fra 75 e 1.500 Volt in corrente continua, escludendo così tutto ciò che è alimentato a pile, ai contatori elettrici, alle prese di corrente senza interruzione di accensione. Il sito internet della comunità europea dove trovare tutte le direttive scaricabili e consultabili in originale in formato pdf, si chiama: eurlex.

Uno strumento che vi potrà essere utile perchè offre il testo consolidato che tiene conto di tutte le evoluzioni normative che ci sono state subito dopo l'emissione. Ci sono molte normative di riferimento vicine a noi, che riguardano i prodotti elettrici per uso domestico, oppure che riguardano i prodotti della tecnologia d'informazione: computer, elaboratori di immagini, elaboratori di informazione, lettori MP3, dispositivi medici, aerosol, misuratori di pressione o di temperatura, dispositivi di misura, contatori utilizzati a livello industriale, apparecchi di illuminazione, quadri elettrici e apparecchi di regolazione e controllo. Il fabbricante verifica che ci sia una norma di riferimento, predispone un fascicolo tecnico, segue le indicazioni, le mette in linea, conservando tutto. Come passo successivo il fabbricante pone il marchio secondo i criteri predefiniti e redige una dichiarazione di conformità per l'immissione sul mercato.

La "direttiva a compatibilità elettromagnetica" invece dice che un prodotto non deve essere influenzato da radiazioni elettromagnetiche e da disturbi radio e non deve a sua volta influenzare qualcos'altro emettendo di disturbi radio. Prendiamo ad esempio un qualsiasi phon costruito qualche decennio fa e mettiamolo vicino ad una radiolina o ad una televisione, questo apparecchio frigge. Prendiamo un qualsiasi apparecchio per la cura della persona che va dal phon agli arriccia-capelli, rasoi elettrici o apparecchi per igiene orale...questi tipi di apparecchi quali norme devono rispettare?La direttiva 73/23, la 2006/95, la 2001/95 riguardante il codice del consumo, la direttiva di compatibilità elettromagnetica 2004/180, le norme tecniche di riferimento con informazioni specifiche sul tipo di apparecchio. Importanti sono anche le direttive a proposito delle caratteristiche minime da indicare sull'imballaggio del prodotto in questione; vanno indicati infatti: nome del costruttore, modello di riferimento, tensione nominale e potenza, spina di alimentazione con simbolo relativo, libretto di istruzioni e non necessariamente lo schema elettrico e dati di targa.

Gabriele Lualdi
Istituto di ricerche
e collaudi M. Masini - Rho

Sicurezza e conformità, la validità dell'esperienza del Made in Italy

Conformità, qualità e sicurezza nella moda vuole dire realizzare un prodotto che non danneggia la salute e che rispetta la vita e l'ambiente nelle sue molteplici attività.
I benefici per le aziende possono essere diversi, sia di tipo diretto che indiretto:
1. miglioramento del clima aziendale e aumento della motivazione dei collaboratori;
2. aumento delle capacità dell'impresa di attrarre e mantenere personale qualificato;
3. rafforzamento del valore del brand più competitivo nei confronti di mercati sempre più affollati;
4. accrescimento della reputazione complessiva dell'impresa e del marchio dell'impresa stessa;
5. riduzione dei rischi di iniziative di boicottaggio interne ed esterne;
6. creazione di un rapporto stabile e duraturo con i consumatori/clienti basato sulla fiducia e sulla fedeltà alla marca;
7. miglioramento nella relazione con le istituzioni finanziarie;
8. diminuzione delle tensioni sindacali;
9. miglioramento dei rapporti con gli enti pubblici.

La qualità del prodotto comunque è indubbiamente il punto di forza dello stesso, il valore aggiunto che può permettere la fidelizzazione del cliente e di conseguenza un maggior business per l'imprenditore.
La garanzia del prodotto ha un doppio significato. Legalmente il consumatore è protetto dalla possibilità di recedere dall'acquisto, mentre commercialmente il produttore, facendosi garante del bene di consumo, si impegna nei confronti del consumatore al rimborso del prodotto che non si attiene a determinate caratteristiche. Il prodotto "sicuro" , "garantito" può permettere all'azienda e all'imprenditore una crescita d'immagine e la creazione del cosiddetto "marchio" che a sua volta è una garanzia aggiunta per l'acquirente. Nel settore del tessile un esempio di garanzia del prodotto è dato dall'etichetta. Ogni etichetta riporta l'indicazione della ragione sociale o del marchio registrato del produttore, nonché la denominazione delle fibre con le percentuali previste. Nell'etichetta e naturalmente nella scelta del consumatore diventa poi fondamentale la provenienza, il cosiddetto "made in", letteralmente in italiano "fatto, costruito in". L'industria italiana, in particolare l'industria della moda italiana negli anni si è guadagnata un'importante fama grazie al design e all'inventiva degli stilisti e alla serietà nel rispettare tali norme.
L'immissione sul mercato di tessili provenienti da paesi esteri che non si adeguano alle norme possono abbassare la soglia di sicurezza. Da una statistica recente il 25% di acquirenti di tessili ha sofferto di irritazioni cutanee, il 55% dei consumatori non conosce esattamente cosa acquista, il 70% vorrebbe conoscere dove un tessile è prodotto e il 75% è disposto a pagare di più per un tessile garantito.
Dal punto di vista sanitario, con l'enorme proliferarsi di allergie è importante poter offrire prodotti adeguati ad ogni tipo di cliente e, nello stesso tempo, poter garantire una qualità che non causi effetti collaterali e che duri nel tempo.
La sicurezza del prodotto e la conformità delle caratteristiche espresse dalle etichette di riconoscimento del prodotto stesso sono date da queste scelte imprenditoriali. Produrre in Italia vuol dire sottoporsi a controlli più rigidi e professionali. La mia esperienza, nel confrontare capi e tessuti, mi porta a considerare il mercato della moda, come anche altri mercati oggi aggrediti dalla globalizzazione, una vittima del sistema stesso e di un'economia stagnante. L'imprenditore deve garantire al consumatore finale la trasparenza e la sicurezza del prodotto tessile sensibilizzandolo in merito ai valori etici, sociali ed ambientali espressi dal prodotto di qualità.
Dal punto di vista sociale ritengo che produrre in Italia vuol dire offrire posti di lavoro ed un ritorno economico per l'intero territorio. Significa poi esprimere energia, innovazione ed inventiva che sono le forze fondamentali di un'impresa che vuole rimanere ed estendere le proprie possibilità su un mercato globale.
La sicurezza del prodotto tessile, infine, significa dotare l'Italia di strumenti condivisi con la sanità, l'industria e le associazioni dei consumatori idonei ad impedire la circolazione sul territorio nazionale di articoli tessili che possano produrre rischi alla salute dei consumatori. Occorre realizzare una forte alleanza tra la produzione, la sanità ed i consumatori ed avviare percorsi di ricerca integrati tra produzione, sanità e ricerca.
Concludendo il consumatore chiede di conoscere le qualità del tessile e chiede che questo venga certificato da un interlocutore super-partes in base a metodi scientifici. L'imprenditore deve realizzare prodotti conformi, sicuri e di qualità attenendosi alle regole, valorizzando il marchio che deve a sua volta poter essere difeso dal "made in Italy".

Germano Zama - Stilista

Come affrontare le insidie che si nascondono nei meandri di Internet

La grande frontiera rappresentata dall'informatica e da internet nasconde spesso insidie per il consumatore. E del resto anche il comune utente, più o meno inavvertitamente, può commettere veri e propri reati. Si è parlato anche di questo nel convegno "Conformità e sicurezza nei beni di consumo: esperienze a confronto" promosso recentemente dalla Camera di Commercio. Nella sua relazione, Valerio Zannoni, Comandante della Polizia Postale e delle Comunicazioni di Ravenna, ha illustrato nel dettaglio i compiti della sezione. La Polizia Postale si occupa prioritariamente – senza tralasciare ovviamente i casi legati alla posta "tradizionale", dalle rapine al falso filatelico – di criminalità informatica, cioè di reati commessi con, attraverso o contro i sistemi informatici. I grandi ambiti sono rappresentati dalla pirateria legata al diritto d'autore e dal cyber crime, che può riguardare la pedofilia on line, la violazione della privacy e gli "abusi" connessi all'e-commerce.

I reati più importanti sono riferibili all'accesso abusivo in presenza di "barriere", alla frode informatica, alla detenzione e diffusione abusiva di codici di accesso, alla diffusione di virus.

Tra i soggetti, l'insider (come il dipendente infedele che "ruba" informazioni), l'hacker, il cracker e il phreaker. Se l'hacker "forza" i sistemi sostanzialmente per dare prova delle sue capacità, il cracker agisce a scopo di lucro; mentre il phreaker sfrutta le reti altrui. C'è da dire che l'alta professionalità degli agenti e le tecnologie disponibili permettono di conseguire ottimi risultati nel contrasto: l'iter investigativo fa leva sul numero Ip, un codice esclusivo che sostanzialmente "marca" la nostra posta elettronica. Non mancano le difficoltà, perché i tracciati telematici, viste le caratteristiche globali della rete, spesso prendono strade tortuose. Non è infrequente, per dialogare con varie zone di Ravenna, ad esempio, "passare" dagli Stati Uniti. E i problemi insorgono quando i server non sono in Italia. Ma quali sono gli accorgimenti che l'utente può mettere in campo? Gli antivirus sono fondamentali per la sicurezza; sul fronte dei collegamenti wireless meglio scegliere sistemi di qualità perché si tratta di un campo molto "ghiotto" per i malintenzionati. Ultimamente vengono utilizzati tubi di una famosa marca di patatine per incanalare le informazioni… E scaricare film e musica? "Commettete reati tutti i giorni", ha detto Zannoni ai ragazzi delle scuole presenti al convegno. Fermo restando che c'è il rischio di acquisire involontariamente immagini pedopornografiche. In questo caso è fondamentale avvertire subito la Polizia, segnando l'indirizzo di provenienza del materiale. Occorre inoltre fare molta attenzione alle improbabili richieste di dati che provengono ad esempio da istituti bancari: il phising viene perpetrato per carpire codici e dati personali da utilizzare poi per transazioni fraudolente. Questi tentativi vengono generalmente dalla Romania, e non è possibile chiedere su questo fronte una rogatoria internazionale. Serve cautela anche con l'e-commerce. Perché "non regala niente nessuno"; poi è sconsigliabile comprare lotti molto consistenti, che si fermano in dogana e pagano dazi alti. Meglio, infine, non fidarsi troppo dei "feedback" positivi – i "riscontri" che il venditore ottiene da "clienti" – troppo alti: non rappresenta una garanzia assoluta. Gli sms anonimi? Anche in questo caso occorre agire assennatamente: in presenza di una denuncia si risale agevolmente all'autore. E magari uno scherzo tra amici si trasforma in un guaio giudiziario.

Scelte più oculate grazie all'etichetta

La Camera di Commercio di Ravenna, grazie a questi incontri annuali, ci dà modo di approfondire questioni concrete, scottanti e di attualità. Ci riuniamo tra soggetti profondamente differenti, che non sempre hanno occasione di discutere assieme e quindi di costruire ipotesi di dialogo e di collaborazione. Quest'anno parliamo di etichettatura. L'etichetta è un piccolo quadratino. Parrebbe insignificante e spesso è stato sottovalutato. Ma come direbbe un poeta c'è un intero mondo in quel quadratino. Se in quello spazio, destinato a crescere anche in dimensioni e caratteri, ci troviamo informazioni utili e serie, la sua importanza diventerà sempre maggiore. Più dello stesso marchio. Quanto più sono informato, più eviterò brutte sorprese e potrò scegliere. In fondo il mercato è scelta. Meno informazioni significano meno mercato. Ed è per questo che noi vogliamo sia le informazioni che la possibilità di utilizzarle.

Se voglio evitare spiacevoli sorprese future voglio sapere cosa acquisto. Se non guardo l'etichetta è perchè temo di non sapere cosa ci troverò scritto. Non mi fido. Ma se avrò fiducia, leggerò e avrò le informazioni che cerco, potrò fare scelte più oculate al momento dell'acquisto e premiare le imprese migliori.

Se le etichette hanno senso nel settore alimentare, nel settore non alimentare sono altrettanto importanti.

Pensiamo al settore del tessile e abbigliamento, dove si sta sviluppando a livello europeo un grande dibattito. Infatti si è messa, qualche anno fa, in discussione la validità dell'etichettatura che prevede il "made in".

Si discute di questo perché la maggior parte dei paesi ritiene che per garantire la concorrenza, deve essere prevista solo una etichetta "made in Europe", senza altri tipi di marchiature. Questo penalizza fortemente i prodotti di alta qualità, magari caratterizzati da una linea di design. Ma non è solo questo il problema. Si deve difendere il made in UE dai prodotti importati. I controlli sui prodotti sono assolutamente legati a materie fiscali, e in misura molto più ridotta, alla qualità e salubrità.

E c'è infine, per noi ancora più rilevante, il tema del quando si ha diritto al made in.

Pensiamo ad una t-shirt come quelle che indossano quasi tutti i ragazzi qui presenti. Una t-shirt è fatta di cotone, viene colorato, viene confezionato secondo un certo design, poi viene fatto l'impacchettatura. Ciascuno di questi processi può essere fatto in un paese diverso, e soprattutto i primi due, coltivazione e colorazione, spesso sono fatti fuori dall'Europa. Ma il criterio per mettere il made in UE è dove è stato lavorato il valore maggiore del prodotto. E se il valore maggiore è il confezionamento, il design e l'impacchettatura di quel prodotto sarà made in EU anche se sappiamo bene quanto il cotone e il colore incidano sulla qualità e magari anche sulle allergie.

Ecco perché abbiamo ancora tanto da lavorare. Ho fatto riferimento alla t-shirt che è il prodotto più semplice, ma su altri prodotti più complessi (un abito, un paio di scarponcini, un giaccone) dove si sommano vari componenti, definire quale sia la prevalenza diventa praticamente impossibile.

Di allergie vorrei parlare in conclusione di questo mio intervento. Infatti l'etichettatura (nel tessile, ma anche per i giocattoli, o per l'elettronica, e perfino per i gioielli non d'oro) dovrebbe informare sui rischi per i soggetti allergici a certe componenti, mentre questo genere di informazioni mancano completamente, come manca spesso una iconografia di facile comprensione per informare su alcune condizioni essenziali di manutenzione. Lunghi fogli o addirittura volumi di informazioni, servono ai tecnici, ma nessuno di noi può ed ha il tempo di leggerli fino in fondo. Certo, potremmo sempre aprire delle facoltà per superconsumatori esperti in diritto commerciale, tecnologia e materiali, telecomunicazioni e alimenti. Resterebbe anche la non risibile questione della lettura e memorizzazione veloce. Ma sapete com'è, in un mondo in cui i bravi imprenditori sono scarsi i bravi politici sono quasi inesistenti, pretendere che ci siano 360 milioni di superconsumatori è veramente troppo. Quindi non ci resta che lavorare in favore della necessità di informazioni essenziali semplificate. È importante e dobbiamo lavorare sempre più perché a questo obiettivo si possa arrivare in tempi brevi.

Carlo Pileri
Presidente nazionale dell'Adoc

Mercedes-Benz è un marchio DaimlerChrysler.

Perché aspettare così tanto?

Nuova Classe E EVO.

▶ Oltre 2.000 innovazioni in una sola auto. Perché farle aspettare? Nuova Classe E EVO. Con PRE-SAFE, Adaptive Brake, Speedtronic/Tempomat, assetto Direct Control, poggiatesta attivi Neck-Pro, luci freno adattive, sidebag anteriori e posteriori, ABS, ESP e BAS. Tutto di serie. Entrate in un nuovo EVO.

DESSTEFANI

RAVENNA - Via Dismano, 2 - Tel. 0544/479611
FORLÌ - Via Ravegnana, 407 - Tel. 0543/811011
FAENZA (RA) - Via Emilia Ponente, 18 - Tel. 0546/643911
IMOLA - Via Pola, 23 - Tel. 0542/691911

Mercedes-Benz

"Perché puntiamo su fondali più bassi"

di Norberto Bezzi*

"I dati riassuntivi dell'attività portuale del 2007 - afferma Norberto Bezzi, presidente degli Agenti Marittimi di Ravenna - sono da tempo noti e da autorevoli fonti già commentati.
In estrema sintesi a me preme ribadire che il traffico rinfusiero ha riconfermato Ravenna ai vertici della portualità italiana e che il traffico contenitori ha finalmente registrato un apprezzabile aumento nei "pezzi" e "teus"complessivamente movimentati.
In particolare va notato che, rispetto al 2006, il traffico di "teus pieni in import" è aumentato del 28,22 %; quello di "teus pieni in export" è aumentato del 19,38%; quello dei "teus in transito" è aumentato del 198% mentre i "vuoti sbarcati/imbarcati" sono diminuiti del 12,3 %; il che è particolarmente significativo perché conferma che l'aumento registratosi è tutto relativo a maggiori quantità di merci sbarcate ed imbarcate.

Norberto Bezzi

Malgrado le ventilate difficoltà che potrebbero in futuro condizionare l'economia occidentale, nel primo trimestre del 2008, l'ancora positivo andamento dei mercati di riferimento del porto di Ravenna ha consentito, per quanto almeno attiene al traffico contenitori, di migliorare le prestazioni del corrispondente periodo del 2007.

Approfondimento dei fondali e progetto nuovo Terminal containers

L'approfondimento dei fondali alla quota di -11,50 metri è in atto e si prevede che il dragaggio, sino a Trattaroli, possa essere completato entro l'estate, mentre sino a S. Vitale entro l'anno.
Gli Agenti marittimi sono particolarmente interessati a questa opera giacchè a maggiore approfondimento del Candiano corrisponde un maggior pescaggio disponibile per la navigazione in Canale, ovvero la possibilità di rendere agibile il canale a navi di maggiore stazza, a tutto vantaggio delle quantità di merci che possono giungere o partire da Ravenna.
Il progetto relativo al nuovo Terminal container è a sua volta legato ad un ulteriore approfondimento del Candiano sino a – 14,50 metri.
Ovviamente tale opera è complessa e prevede interventi strutturali in ambito portuale per la realizzazione dei quali non bastano le disponibilità finanziarie

DATACOM
INFORMATION TECHNOLOGY
247be
Sistemi Telefonici
Networking
Internet Security
Cablaggi Strutturati
Fibre Ottiche
Assistenza tecnica
www.datacomit.it
48026 Russi (RA) Via Don Minzoni , 42 - Tel. 0544 582852 - Fax 0544 581119

della sola Autorità Portuale.
Prendendo la parola in occasione della recente visita a Ravenna del ministro Bersani ho ribadito l'ovvietà che anche il porto meglio strutturato non può assolvere alla sua funzione di "rilancio delle merci" se non è adeguatamente collegato alle aree di produzione a cui le stesse sono destinate o da cui provengono per essere esportate. Affinchè il porto di Ravenna, nell'Europa che si allarga, possa aspirare a cogliere le opportunità che indubbiamente si presenteranno è necessario che, finalmente, si superi il nodo infrastrutturale rappresentato dalla E55 e dal potenziamento della rete ferroviaria.
Servono quindi finanziamenti aggiuntivi da parte dello Stato, sui quali potrebbero non essere indifferenti gli esiti della consultazione elettorale.

Condizionamenti alla crescita del porto.

In un mercato mondiale comunque in crescita il nostro porto verrebbe certamente penalizzato se non si provvedesse, o si provvedesse in ritardo, alle opere infrastrutturali sopra descritte.
L'altro nodo da sciogliere è rappresentato dal "mancato coordinamento" in ambito portuale tra tutti gli Uffici periferici dello Stato preposti al controllo delle merci che transitano attraverso i varchi portuali.
Personalmente ritengo che, in mancanza di norme omogeneamente applicate in tutti i porti europei, il sistema politico italiano potrebbe alleggerire i tempi attualmente necessari per il transito delle merci attraverso i varchi portuali solo se istituisse, per legge, una Autorità operante in ambito portuale in grado di coordinare e, all'occorrenza, di adeguare le carenze strutturali e di personale dei citati Uffici che, oggi, possono solo riferirsi ai Ministeri da cui dipendono. Tale esigenza è grandemente sentita.

Prospettive per il Terminal Crociere

Navigare il Candiano tra qualche anno, quando le opere portuali attualmente in corso saranno ultimate, quando la Sarom sarà stata riconvertita in area cantieristica per barche da diporto, immagino che costituirà un'attrattiva anche per il turismo caratterizzato da piccole navi da crociera e mega yachts, che, non avendo tempi strettamente contingentati, potranno offrire ai loro passeggeri agio di visitare il patrimonio artistico e culturale di Ravenna e dei suoi dintorni ormeggiando in una Darsena finalmente recuperata alla città. Le grandi navi da crociera, invece, debbono rispettare itinerari di viaggio che, normalmente, prevedono la "navigazione notturna" per consentire la "sosta diurna".
Il migliatico che divide il nostro porto dagli altri porti del nord adriatico e da Venezia, che è il porto "hub" per eccellenza del traffico crocieristico, penalizza le possibilità di scalo a Ravenna, consentendone occasionalmente la toccata nel viaggio di rientro a Venezia.
Tuttavia, considerato che si stanno costruendo navi da crociera che superano i 300 metri di lunghezza e che Venezia ha posto appunto il limite di 300 metri per la navigabilità in laguna, si apre per Ravenna la possibilità di agire in alto adriatico quale porto "hub" alternativo a Venezia.
Per cogliere tale opportunità è quindi auspicabile che il Terminal crocieristico di Porto Corsini venga realizzato al più presto.

*** Presidente Associazione Agenti Marittimi Raccomandatari e Mediatori Marittimi**

"Poche le aggregazioni tra aziende. Un peccato"

Un lavoro quotidiano che ha tra gli interlocutori principali gli imprenditori: l'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili - presieduto da Gian Luca Bandini, in carica dallo scorso gennaio - svolge un ruolo importante per il tessuto economico del territorio.

Tecnicamente, l'organismo, che conta attualmente in provincia 462 iscritti, di cui 156 ex ragionieri, è nato ed ha assunto questa denominazione dal primo gennaio: è frutto infatti dell'unificazione di due precedenti realtà, l'ordine dei dottori commercialisti e il collegio dei ragionieri.

"L'ordine e il collegio – spiega Bandini – avevano caratteristiche comuni, in origine i ragionieri avevano comunque un percorso formativo diverso, che nel tempo si è andato via via assimilando a quello degli altri professionisti".

Gian Luca Bandini

Insomma, in generale siamo di fronte ad una semplificazione, salutata positivamente dagli addetti ai lavori, che ha ulteriori connotazioni concrete, a tutela del pubblico.

Ad esempio gli iscritti sono tenuti alla formazione continua (la categoria dei commercialisti è stata la prima in Italia a introdurre questa regola); inoltre l'Ordine è l'ente deputato a tenere l'elenco dei revisori contabili. Tutto questo, spiega Bandini, si trasforma anche in trasparenza per gli utenti.

Tra l'altro, solo gli iscritti all'Ordine possono esercitare la totalità delle funzioni legate alla professione, come ad esempio la rappresentanza di fronte alla Commissione tributaria. Per quanto riguarda gli esperti contabili, questi operatori, con laurea breve, hanno attribuzioni più circoscritte; dovrebbero essere iscritti in un elenco a parte: a Ravenna per ora non ne esistono.

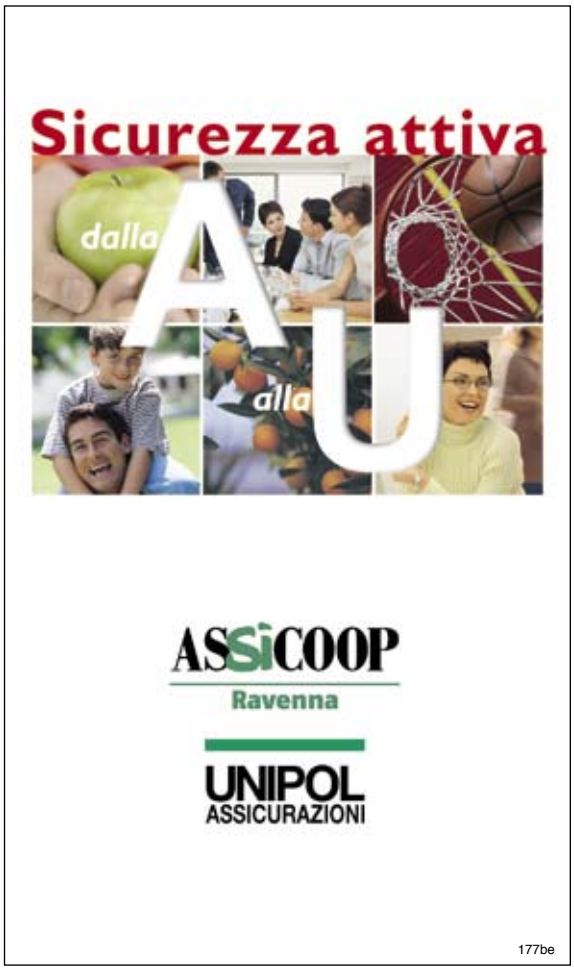
Ma qual è il rapporto tra l'Ordine e il mondo imprenditoriale? E come si configura il tessuto?

"Il tessuto locale è sostanzialmente formato – fatta eccezione per alcune grandi realtà, in particolare a Ravenna – dalla piccola e media impresa. Ciò si riflette nel nostro rapporto con i nostri clienti: si tratta di un legame di fatto 'personalizzato', nel quale incide molto la fiducia. Tutto questo è sicuramente un bene, ma d'altra parte non consente, diffusamente, l'evoluzione della nostra professione in senso associativo. I nostri interlocutori vogliono comunque una persona di riferimento alla quale poter chiedere qualsiasi informazione possa essere utile per l'azienda. Una valutazione dal mio 'osservatorio'? Dal mio punto vista riscontro un tessuto imprenditoriale tradizio-

APS
Artigiana Pulizie Servizi
Opera con Serietà, Esperienza e Personale Qualificato. Lavori Eseguiti a Norma di Legge
Sopralluoghi e preventivi GRATUITI
(Ravenna e provincia)
• PULIZIE CIVILI E INDUSTRIALI
• PULIZIE VETRI
• TRATTAMENTO COTTO
• SVUOTAMENTO E PULIZIA CANTINE
• PULITURA AREE VERDI E GIARDINI
• PICCOLI TRASPORTI E CONSEGNE
Via A. Fortis, 37 - Ravenna - Tel. 0544 452779 - www.sps.ra.it
216be

nale ma mediamente piuttosto robusto, in grado di resistere/trascinarsi in crisi ormai storiche – si parla di decenni – come quella, ad esempio, del settore calzaturiero.
A Ravenna si riscontra molto dinamismo nel comparto portuale e in quello turistico, anche se su questo fronte il nostro Ordine non è molto presente, perché le aziende fanno più riferimento alle associazioni di categoria. Se poi vogliamo fare un ragionamento di fondo, noto una certa difficoltà per quanto riguarda le aggregazioni tra aziende.
La Finanziaria 2007 e quella 2008 hanno previsto consistenti agevolazioni per questi processi: che però qui non vengono fatti. Invece produrrebbero indubbi vantaggi, sia dal punto di vista fiscale che dal punto di vista del 'peso specifico' imprenditoriale. Basilea 2? È già entrata in vigore: in vari casi abbiamo lavorato per far entrare i centri produttivi dentro i parametri richiesti per il credito. Anche in questo frangente, seppur possibile, non c'è stata una grande spinta all'aggregazione". Sul fronte più strettamente professionale Bandini ricorda l'evoluzione connessa alla diffusione della telematica nei rapporti con la Pubblica amministrazione, e l'entrata in vigore della riforma del diritto societario: che nonostante alcuni dubbi iniziali ha di fatto incrementato l'attività nell'ambito dei collegi sindacali.
E il rapporto con la Camera di Commercio? "I rapporti sono molto buoni – rimarca Bandini – vogliamo mantenerli e incrementarli. Il mio predecessore, Diamanti, ha iniziato un'opera meritoria legata al censimento delle società srl e spa che pur essendo tenute ad avere un collegio ne erano sprovviste. Continueremo il rapporto con il Registro delle imprese camerale. Un altro fronte sul quale mi piacerebbe intensificare la collaborazione è quello dei procedimenti arbitrali e di conciliazione, fermo restando che la Camera di Commercio di Ravenna è all'avanguardia. Naturalmente in questo campo sono coinvolti come è giusto anche altri Ordini, in primis quello degli avvocati; tuttavia, in particolare sulla conciliazione vorrei che fossimo protagonisti anche noi. E questo grazie alle nostre peculiarità, che come ho accennato prima sono legate al rapporto personale con il piccolo imprenditore, come sa, mentre l'arbitrato si conclude con un lodo, cioè con una decisione. Mentre la conciliazione si pone l'obiettivo di trovare una soluzione al problema condivisa: ecco, è un terreno, visto il rapporto stretto con i 'contendenti', perfetto per figure professionali come le nostre".

> "L'ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili svolge un ruolo importante per il tessuto economico"



Tra etica e profitto

di Maurizio Viroli*

La convinzione che etica e profitto siano in contrasto per loro stessa natura, in quanto il profitto passerebbe attraverso lo sfruttamento, la competizione sleale, la sopraffazione del dipendente o del concorrente più debole, è frutto di idee nate in tempi diversi dai nostri, quando i sistemi economici erano chiusi in ambito nazionale, con componenti monopolistiche, con stati autoritari o oligarchici, con cittadini poco scolarizzati e scarsamente informati sulla cosa pubblica, con mass-media praticamente inesistenti. Nella realtà contemporanea realizzare grandi profitti, senza finire in carcere, violando le norme etiche è infatti possibile soprattutto in contesti socialmente e politicamente arretrati ai quali è difficile possa arridere il futuro, e in ogni caso non sono i contesti entro i quali operano o intendono operare gli imprenditori del ravennate e della Romagna.

I fatti, non le teorie, insegnano che etica e profitto non sono in contrasto, anzi, che il profitto è inscindibile dalla qualità, e che il profitto di lungo periodo è il risultato della buona reputazione aziendale. Nel breve periodo è possibile realizzare grandi profitti, ma nel lungo periodo realizzano profitti soprattutto le imprese che rispettano criteri etici. Fra gli esempi c'è quello della Usinor, industria metallurgica inglese che riesce a superare la crisi dell'industria del ferro della fine degli anni '70, dovuta al prezzo del petrolio, alle fluttuazioni sorprendenti del mercato, dalla competizione dei paesi che producevano a bassi salari, grazie alla collaborazione che riuscì ad ottenere dai sindacati e dalle comunità nelle quali operavano gli stabilimenti. Insieme, impresa, sindacati e comunità riuscirono a individuare nuove possibilità produttive, di formazione professionale e di occupazione per i dipendenti. Morale, nel 2002 Usinor rinforza la sua competitività e diventa Arcelor, il più grande produttore mondiale di ferro.

> "La responsabilità sociale è considerata una leva competitiva"

Un ulteriore elemento che rafforza la tesi che il comportamento etico aiuta le imprese a prosperare è lo sviluppo della certificazione etica, in particolare la norma SA 8000, publicata nell'Ottobre del '97 a cura del CEPAA Council on Economic Priorities Accreditation Agency (organizzazione americana che riunisce rappresentanti del Governo, Sindacati, Università, Catene Distributive, Società di Consulenza, Enti di Certificazione – www.cepaa.org). La spinta iniziale alla certificazione rilasciata da agenzie indipendenti venne dall'esigenza di rispondere alla richiesta dell'opinione pubblica che esercitava pressione per avere delle garanzie sui sistemi di fabbricazione dei prodotti proposti dal mercato. Lo sviluppo del sistema nel lungo periodo si basa sulla convinzione delle Organizzazioni che la Responsabilità Sociale è una leva competitiva. Lo scopo della norma è definire lo standard di auditing etico e sociale. I contenuti sono i requisiti di responsabilità sociale: lavoro minorile e forzato, salute e sicurezza, libertà di associazione e diritti di rappresentanza collettiva, discriminazione, pratiche disciplinari, orario di lavoro, retribuzione, sistemi di gestione. La Responsabilità Sociale rappresenta un aspetto dell'Etica aziendale attorno al quale è possibile sviluppare l'intero Codice Etico dell'Organizzazione, estendendo lo scopo e l'applicabilità agli altri aspetti, quali: le relazioni industriali, gestione delle Risorse e Formazione, rapporti con i Clienti e i Fornitori, politica di Gestione Ambientale, Salute e Sicurezza ed altri.

Le imprese che seguono criteri etici di gestione aiutano la crescita del cosidetto capitale sociale fuori e dentro l'impresa, e il capitale sociale a sua volta aiuta l'impresa. Per capitale sociale si intende norme che producono, permettono, incoraggiano la cooperazione fra individui. Possiamo considerare il capitale sociale come una forma di fiducia moderata: sai di poter lavorare, fare affari, ricercare con altri senza paura che gli altri siano tuoi competitori o tuoi nemici. Non assumi che siano tutti lì pronti ad aiutarti, ma non pensi neppure che gli altri siano lì, in primo luogo, per danneggiarti. Come scrive Robert Putnam, il capitale sociale consiste di "fiducia, di norme e di relazioni che facilitano la cooperazione per il beneficio comune". In una comunità, o un gruppo, o un'impre-

sa che possiede capitale sociale, le persone hanno fiducia che le loro azioni altruistiche che contribuiscono al bene degli altri saranno nel futuro ricompensate. Ripeto, il capitale sociale è fiducia e capacità di cooperare con gli altri: è più dell'atteggiamento egoistico di chi dice 'conta solo il mio interesse'; meno dell'atteggiamento altruistico di chi dice: 'conta solo il bene degli altri'.

Il capitale sociale crea prosperità economica. Come altri tipi di capitale, anche quello sociale è produttivo poiché rende possibile il raggiungimento di certi scopi che non si otterrebbero se quel capitale mancasse. Un gruppo di persone che hanno fiducia gli uni negli altri potranno ottenere molto di più di un altro gruppo in cui non vi è fiducia reciproca. In una comunità agricola, dove gli agricoltori si aiutano l'un l'altro a raccogliere il fieno in covoni e dove vi è lo scambio degli attrezzi, il capitale sociale consente a ogni contadino di compiere il suo lavoro con minor spreco di capitale fisico e di attrezzatura.

La storia italiana offre del resto un esempio illuminante dell'importanza del capitale sociale. Confrontiamo due regioni che all'inizio del secolo erano in condizioni economiche e sociali paragonabili. Nel 1901 l'Emilia-Romagna si trovava a metà della classifica delle regioni italiane per quanto riguarda l'industrializzazione (65% della forza lavoro nell'agricoltura e il 20% nelle fabbriche). La Calabria era leggermente più industrializzata (63% nell'agricoltura e 26% nelle fabbriche), anche se l'agricoltura calabrese era più arretrata dell'agricoltura emiliana e la popolazione era più povera e meno istruita. Ma l'Emilia-Romagna aveva tassi di mortalità infantile superiori alla media nazionale e la Calabria leggermente inferiori. Due regioni arretrate, ma ben diverse per quanto riguarda la partecipazione politica e la solidarietà sociale: l'Emilia-Romagna aveva già all'inizio del secolo il più alto livello di cultura civica di tutta la penisola mentre la Calabria era la regione meno dotata di senso civico, con una struttura sociale frammentaria, e feudale. Orbene, dal 1901 ad oggi si è aperto un vero e proprio baratro fra le due regioni. Dal 1901 al 1977 gli impiegati nell'industria sono passati in Emilia-Romagna dal 20% al 39% ; in Calabria dal 26% al 25%. La mortalità infantile è diminuita in modo considerevole in Italia e in Emilia-Romagna, ma la Calabria rimane molto alta. Negli anni '80 l'Emilia Romagna dispone di una delle economie più dinamiche e si avvicina a diventare una delle regioni più ricche d'Italia e più avanzate nel mondo. La Calabria rimane la regione più povera d'Italia e tra le più arretrate in Europa. Nella classifica delle ottanta regioni più ricche d'Europa, l'Emilia Romagna passa dal 1970 al 1988 dal 45 al 17 posto. La Calabria rimane all'ultimo posto.

Ultimo esempio degli effetti positivi del capitale sociale, è il ben noto successo dei cosiddetti distretti industriali – ditte tessili di alta moda a Prato, acciaierie di formato ridotto a Brescia, industria delle moto a Bologna, piastrellisti di Sassuolo – caratterizzati da aziende in forte concorrenza fra loro che tuttavia cooperano per quanto riguarda i servizi amministrativi, l'acquisto delle materie prime, la finanza e la ricerca. Quelle dei distretti industriali sono aziende che operano in contesti caratterizzati da alto capitale sociale e da forti strutture associative. Questo contesto ricco di capitale sociale rende più efficiente il flusso di informazioni sulle novità tecnologiche, sulla credibilità di potenziali imprenditori, sull'affidabilità di singoli lavoratori. Le innovazioni dipendono spesso da informazioni che circolano negli incontri quotidiani nei caffè, per la strada, al circolo, all'associazione."Ciò che è essenziale nei distretti industriali costituiti da piccole imprese, ha scritto Robert Putnam, è la fiducia reciproca, la cooperazione sociale e una profonda coscienza civile".

A questo si aggiunge che le imprese con ricco capitale sociale hanno più possibilità di attrarre i dirigenti più preparati. Un dirigente capace e motivato da una giusta ambizione preferisce lavorare in un contesto di cooperazione piuttosto che in un contesto dove dominano la sfiducia e la slealtà, per l'ovvia ragione che in un contesto povero di capitale sociale è difficile realizzare grandi obbiettivi che arricchiscono ulteriormente la reputazione del dirigente. Infine, un'impresa con ricco capitale sociale può meglio trattenere i suoi dirigenti migliori, in una condizione di concorrenza. Un esempio ricavato dall'Università di Princeton: quando uno di noi riceve un'offerta da un'altra università, Princeton fa sempre un'offerta minore di quella della concorrenza perché mette sul piatto della bilancia il capitale sociale che essa offre. Uno studioso serio non lascia un'università dove lavora bene con i colleghi e con gli studenti e con l'amministrazione per qualche decina di migliaia di dollari in più. Questo significa che grazie al suo capitale sociale l'università trattiene i professori ai quali tiene, e dunque l'impresa università prospera.

Vorrei concludere con la citazione di un filosofo contemporaneo: "Una posizione morale è ciò per cui una mente calcolatrice opterebbe dopo aver fatto bene i suoi conti" (Z. Bauman). Le regole di comportamento, nelle imprese, come nella politica, e nella vita non hanno una validità assoluta. Per tutte le considerazioni che ho svolto a sostegno della tesi che il comportamento etico premia nel lungo periodo le imprese, soprattutto nel contesto del nostro tempo, si possono trovare molte e anche importanti eccezioni. Ma se facciamo bene i conti, e chi ha imprese deve saper fare bene i conti, la conclusione è che è meglio seguire una posizione etica.

*** Princeton University**

Estratto dell'intervento al Convegno "Elogio dell'Innovazione – La Responsabilità Sociale per lo sviluppo economico", Ravenna, Sala Cavalcoli 29 febbraio 2008.

La finestra incantata

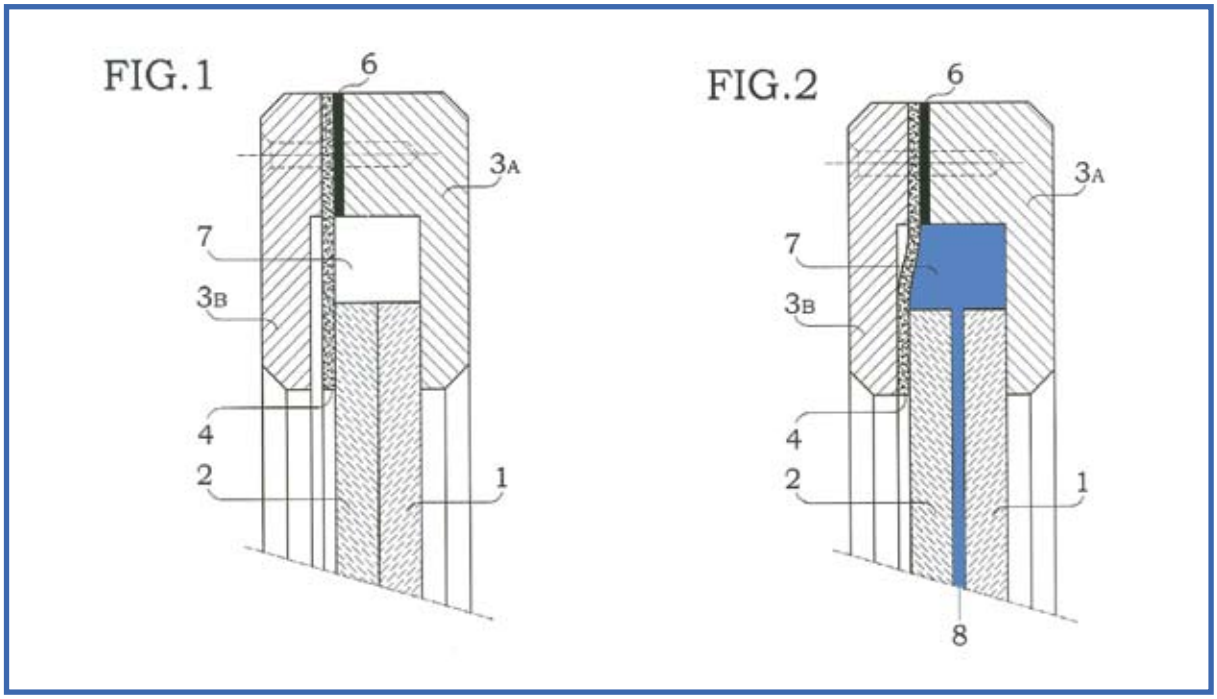
Se la possibilità di colorare all'istante le vetrate di un ambiente consente di creare come per magia l'atmosfera ideale per ogni situazione, l'opportunità di graduare la luminosità delle stesse vetrate permette, anche senza tende e tapparelle, di eliminare i fastidi di un eccessivo irraggiamento solare e di ridurre, nel periodo estivo, i consumi energetici per il raffrescamento.
Grazie alla presente invenzione, frutto della geniale intuizione della signora Samantha Vannucchi di Villa Verucchio (Rimini), i vetri delle finestre, come pure le vetrine dei negozi ed altre superfici trasparenti possono, azionando un pulsante o un telecomando, assumere gradatamente una colorazione sempre più intensa fino ad oscurare completamente la luce del sole e quindi ritornare, sempre a comando, alla neutra trasparenza iniziale.
Le quattro foto A-B-C-D mostrano, in sequenza, come in pochi secondi si possa modulare a piacere la luminosità di una finestra e scegliere la gradazione preferita iniziando dall'assoluta trasparenza della fase A e finendo al completo oscuramento della fase D.

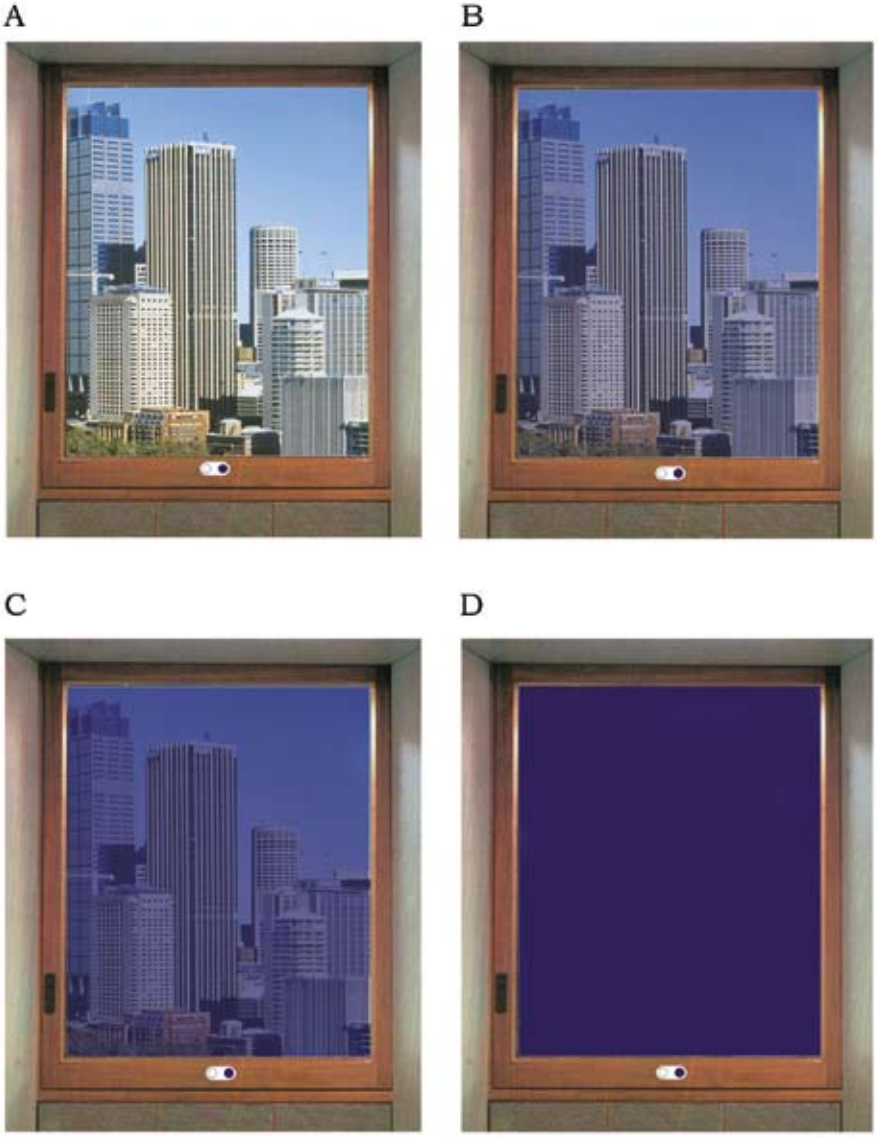
> "Rubrica dedicata alle invenzioni più utili o più curiose presentate alla Camera di Commercio"

Nei disegni delle FIGG. 1 e 2 è sezionata una porzione della finestra fotografata; in particolare la FIG. 1 si riferisce alla fase di assoluta trasparenza della foto A e la FIG. 2 si riferisce alla fase di completo oscuramento della foto D.
Osservando i due disegni di sezione si evince innanzitutto che trattasi di una finestra a doppi vetri e che tali vetri, indicati con 1 e 2, sono montati in una intelaiatura perimetrale formata dall'unione dei telai rigidi 3A e 3B che serrano una cornice piana 4 di materiale flessibile ed una guarnizione di tenuta 6.
I vetri 1 e 2 così montati hanno il bordo interamente circondato da una camera perimetrale 7 collegata, per mezzo di una piccola pompa elettrica non visibile nei disegni, al serbatoio del liquido colorato da utilizzare.
Essendo il vetro 1 incollato al telaio 3A ed il vetro 2 incollato alla cornice flessibile 4, il liquido colorato (in questo caso azzurro) giungente dal serbatoio riempie la camera perimetrale 7 e poi, grazie alla flessibilità della cornice 4, si infiltra tra i due vetri distanziandoli sempre più e formando l'intercapedine 8 nella quale, sin dalla prima goccia affluita, il liquido si espande uniformemente conferendo in

75be
coop pubblineon
- INSEGNE LUMINOSE: A CASSONETTO - A LETTERE SCATOLARI IN PLASTICA E METALLO - A FILO NEON
- CARTELLONISTICA
- TUBI AL NEON: PER ILLUMINAZIONE E DECORATIVI
- INSEGNE TABACCHI LOTTO
- LAVORAZIONE LASTRE ACRILICHE PER ARREDAMENTO - EDILIZIA
- OROLOGI/GIORNALI ELETTRONICI
- DECORAZIONI PER VETRINE E STAND FIERISTICI
- SCRITTE E MARCHI ADESIVI PRESPAZIATI CON PLOTTER COMPUTERIZZATO
- UFFICIO TECNICO: STUDI E PROGETTI CON SISTEMI COMPUTERIZZATI

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





ogni istante una colorazione omogenea all'intera vetrata.
La stessa omogeneità cromatica è assicurata anche durante il ritorno del liquido colorato al serbatoio in quanto lo svuotamento dell'intercapedine 8 è accompagnato e coadiuvato dalla pressione elastica della cornice flessibile 4 tendente a ripristinare l'accostamento iniziale del vetro 2 contro il vetro 1.

Titolo dell'invenzione:
"SISTEMA E MEZZI PER OTTENERE GRADUALMENTE L'OSCURAMENTO E/O LA COLORAZIONE DI VETRATE ED ALTRE SUPERFICI TRASPARENTI"
Domanda di brevetto:
RA 2005 A 000006 del 07/03/2005

Titolare ed Inventore:
SAMANTHA VANNUCCHI
Via Rossini, 20-47826
Villa Verucchio (RN)
Cell: 329/7840536
www.ariglass.it

Mandatario:
UFFICIO BREVETTI MICALI
Via Giorgio Regnoli , 10 - 47100 Forlì
Tel. 0543/34920
Fax 0543/376571
brevettimicali@libero.it

Un **broker finanziario** e **assicurativo** è un intermediario indipendente che opera nell'**interesse esclusivo del cliente**. Egli cerca sul mercato assicurativo e finanziario le **condizioni** più **favorevoli** ed adeguate per i suoi clienti. Per diventare broker occorre professionalità, competenza ed acquisire ogni giorno fiducia: dal cliente, dalle Società Finanziarie, dalle Banche e dalle Compagnie di Assicurazione, come ha fatto **Filippo Fabbri**, titolare **AFIM**, iscritto all'albo Professionale UIC.

Iscrizione U.I.C. A6755

copy Rita Guerrini

I servizi Afim

Assicurativo - Consulenza e assistenza per:

- **Polizze RCA**
- **Polizze furto/incendio**
- **Kasco e mini kasco**
- **Polizza sul credito**
- **Patente protetta**
- **Tutela legale**
- **Gestione TFR**
- **Coperture assicurative per la casa e la famiglia**
- **Polizze infortuni/sanitarie**
- **Assicurazione sul credito commerciale**
- **Fidejussione assicurativa**

SPOSTA IL TUO MUTUO CON "PORTAMUTUO"

RISPARMI FINO A EURO 5.000,00 E IN AGGIUNTA EURO 500,00 DI BONUS NOTAIO.
IN COLLABORAZIONE CON BARCLAYS BANK:

PER INFO CONTATTARE AFIM, l'agenzia di brokeraggio che parla la nostra lingua, allo 0546 667357 o scrivere a valentina@afimmultiservice.com

312be

AFIM BROKERS ASSICURAZIONI

AFIM Multiservice - Via Cavour, 8/10 - 48018 Faenza- Tel. **0546.680972**

L'agenzia di brokeraggio che parla la nostra lingua.

Un Garante sorveglia i prezzi troppo alti

di Fabiola Licastro*

Il Garante per la sorveglianza dei prezzi, istituito con la Finanziaria 2008, ha il compito di rilevare e divulgare la dinamica dei prezzi e delle tariffe, organizzando un sistema istruttorio nel quale hanno un ruolo fondamentale gli uffici prezzi delle locali Camere di Commercio.
Allo stesso tempo questa figura, denominata "Mister Prezzi", segnala gli aumenti dei prezzi che derivano dall'assenza di concorrenza, dalla mancanza di informazioni sui prezzi, che di conseguenza limita la capacità di scelta dei consumatori, o da comportamenti opportunistici di chi opera nelle fasi di produzione e distribuzione del prodotto; vigila e dà pareri anche sulle tariffe (luce, gas, telefonia, pedaggi autostradali, prezzi dei biglietti dei treni, tariffe di trasporto pubblico, ecc.).
Il Garante, inoltre, attivando un costante confronto con il sistema camerale, nonché con le associazioni di categoria e di tutela dei consumatori, sia di livello locale che nazionale, riferisce, al Ministero dello Sviluppo Economico, sulle dinamiche e sulle eventuali anomalie di mercato riscontrate.
La persona nominata dal Presidente del Consiglio dei Ministri, su proposta del Ministro per lo Sviluppo Economico, è Antonio Lirosi, 47 anni, economista e dirigente statale. È il primo Garante per la sorveglianza dei prezzi della zona euro e resterà in carica tre anni.

AMBRA
Ambiente Ravenna
Soc. Consortile a r.l.
SERVIZI ECOLOGICI
e AMBIENTALI
Via Magnani, 5 - Ravenna
Tel. 0544-456812
84be

83be
COLAS
VIGILANZA
Numero Verde:
800 046340
Con personale qualificato regolarmente autorizzato, è in grado di offrire i seguenti servizi su tutta la provincia di Ravenna e Forlì:
✓ TELEVIDEO CONTROLLO DI IMPIANTI TVCC
✓ TELECONTROLLO CON RADIOALLARME E PATTUGLIA DI PRONTO INTERVENTO
✓ RONDA NOTTURNA E DIURNA CON BIGLIETTO ED OROLOGIO DI CONTROLLO
✓ PORTINERIA - CENTRALINO
✓ PIANTONAMENTO FISSO
✓ CENTRALE OPERATIVA 24 ORE SU 24
FORLÌ - Via Aldrovandi, 14
Tel. 0543.774334 - Fax 0543 750308
RAVENNA - Via Romagnoli, 13 (z. Bassette)
Tel. 0544.453333 - Fax 0544 453864
www.colasvigilanza.it • colasvigilanza@libero.it

Efficienza e qualità con trasporto

consorzio sterratori autotrasportatori ravennati

Consar è un consorzio di autotrasportatori che conta 500 soci, 700 mezzi e un efficiente organizzazione di coordinamento. Offriamo esperienza, tecnologie e i più avanzati servizi di trasporto integrati. Abbiamo investito consistenti risorse nel campo della logistica e del trasporto intermodale, che contribuiranno ad una maggiore sicurezza sulle strade e ad un minor impatto ambientale sul nostro territorio.

CON.S.A.R. Soc. Coop. Cons.
Via Vicoli, 93 - Ravenna

Tel. 0544/469111 Fax 469243
Casella postale 416

CERTIQUALITY SETTORE CERTITRANS CERTIFICATO n. 122

218 be

313be

La natura come progetto

Cmc via Trieste 76 - Ravenna Italy - www.cmcra.com / grafica fabbricando.com / foto G.Biserni

Costruire imparando dalla natura.

Questo è il grande progetto da più di cent'anni di Cmc.

Questo è il progetto di uomini che lavorano per altri uomini, per realizzare un futuro in armonia con l'ambiente.

c. m. c. cooperativa muratori cementisti ravenna

In Svizzera opera "Monsieur Prix" che esiste dal 1991, anno in cui è entrata in vigore la legge sulla sorveglianza delle tariffe; questa figura ha il compito di esaminare ogni abuso di prezzo e di valutare i cosiddetti prezzi amministrati (come i prezzi dei farmaci o le tariffe per le imprese pubbliche). Inoltre, risponde anche alle segnalazioni dei cittadini e, in presenza di anomalie, verifica i prezzi; una volta accertato l'abuso, il Garante svizzero può: sanzionare l'impresa, dopo un tentativo di accordo, se l'autore è un'impresa pubblica o privata che domina il mercato; inviare una raccomandazione all'autorità federale, cantonale o comunale, nel caso in cui sia quest'ultima ad aver stabilito ed approvato i prezzi.
Il "Mister Prezzi" italiano, invece, non ha poteri sanzionatori, ma può contribuire notevolmente alla vigilanza sui prezzi con una incessante opera di "moral suasion" e, se l'anomalia di mercato è più diffusa, può attivare tavoli di concertazione con le categorie interessate.
Il Garante, per poter espletare la propria attività, si avvale anche della collaborazione delle locali Camere di Commercio; infatti, dal 25 febbraio, è disponibile un nuovo strumento per testare il mercato e monitorare più efficacemente l'andamento dei prezzi: chiamando l' 800-955959, attivo dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 15, i cittadini possono accedere al "numero verde" unico nazionale delle Camere di Commercio.
Il servizio di call center collegato, consente ai consumatori di segnalare eventuali prezzi e tariffe ritenuti eccessivi al Garante per la sorveglianza dei prezzi ed alla Camera di Commercio di competenza; le informazioni fornite, vengono poi raccolte in un sistema informatico riservato, a cui possono accedere solamente il Garante e gli uffici prezzi delle Camere di Commercio. I dati raccolti permetteranno a "Mister Prezzi" di svolgere un'attività di controllo più concreta e mirata, ma anche di ampliare la competenza dei cittadini sulle dinamiche del mercato.
Le Camere di Commercio, sul territorio, non hanno poteri ispettivi né, tanto meno, sanzionatori, ma il loro compito principale, una volta ricevuta la segnalazione dal Garante o dal numero verde, è quello di sensibilizzare gli attori coinvolti nella filiera che porta alla determinazione del prezzo finale per il consumatore, laddove si individua, in base alla scrematura delle segnalazioni pervenute, una effettiva anomalia di mercato.
Le segnalazioni dei cittadini consentiranno di portare all'attenzione pubblica le questioni rilevanti e una maggiore trasparenza sui prezzi consentirà sicuramente una sorveglianza più accurata ed efficace.
Obiettivo del nuovo sistema è quindi costituire un autorevole circuito informativo sull'andamento dei prezzi e delle tariffe, a tutto vantaggio della trasparenza; il mondo camerale, tradizionalmente impegnato nell'osservazione dei fenomeni economici locali, darà con questa e altre iniziative in cantiere,

311be

STAI COSTRUENDO CASA, LA STAI RISTRUTTURANDO?

AL TUO CAMINETTO PENSIAMOCI ADESSO

① CANNA FUMARIA: Una progettazione ad hoc, (posizionamento e caratteristiche tecniche), garantirà un **perfetto** tiraggio e funzionamento

② FOCOLARE: per un **risultato impeccabile** è molto importante che le dimensioni e le caratteristiche siano studiate sulle specificità dell'ambiente

③ ALLESTIMENTO: Classico, moderno, con marmi o graniti... Come tu preferisci, in armonia con lo Stile della tua casa...

PROGETTAZIONE PER TEMPO: AL RIPARO DA QUALSIASI SORPRESA FUTURA ▶

Se stai sistemando casa è il momento perfetto per decidere la soluzione ottimale per il tuo caminetto: grandezza del focolare, posizionamento e soluzioni della canna fumaria, tenendo presente necessità e caratteristiche del tuo ambiente.

Una scelta fatta per tempo, con la consulenza di veri esperti del settore, ti garantirà al 100% la funzionalità perfetta, senza problemi di fumo e senza nessunissimo rischio per te e i tuoi familiari.

VERI PROFESSIONISTI, NON IMPROVVISATORI ▶

Fidati solo di chi conosce davvero il proprio mestiere. Il fuoco è amico dell'uomo dall'alba della civiltà, ma solo una vera competenza permette di goderne esclusivamente il fascino e il piacere che irradia.

Improvvisazioni o consiglieri "alla buona" potrebbero farvi pentire, in futuro, delle vostre scelte. Perché un caminetto non è un elettrodomestico, che può essere facilmente spostato, o cambiato, al sorgere dei primi problemi.

PUOI AVERE IL MEGLIO ▶

Oltre 50 anni di esperienza rendono la Casa del Marmo & Caminetto il riferimento più affidabile e qualificato per una progettazione **perfetta** ed un'installazione **impeccabile**, rispettosa dei massimi criteri di sicurezza e funzionalità.

Inoltre i caminetti proposti dalla Casa del Marmo & Caminetto sono tutti di **eccellente** qualità: le migliori marche in una ampissima scelta di modelli, coordinabili con stile & arredamento della vostra casa, per una perfezione sia tecnica che estetica.

www.casacaminetto.it

- CAMINETTI
- STUFE
- BARBECUES
- MARMI
- LEGNI per ESTERNI

LA PERFEZIONE IN 50 ANNI DI ESPERIENZA

CASA DEL MARMO & CAMINETTO

Via Nuova Circonvallazione, 9 (ss 16 Adriatica)- Rimini • ☎ 0541.775710

come prevede la legge, il suo contributo per accrescere l'informazione sulla dinamica dei prezzi.
Tra le iniziative della Camera di Commercio di Ravenna, ci sarà anche l'organizzazione di un incontro pubblico con il Dr. Lirosi, che si terrà nella sede camerale e nel quale verranno trattate varie tematiche per la promozione della concorrenza e la tutela del consumatore.
È importante sottolineare che per le Camere di Commercio l'attività di osservatorio-prezzi è già largamente praticata: infatti, un importante servizio per il consumatore è rappresentato dalle informazioni sui prezzi all'ingrosso ed alla produzione delle merci maggiormente rappresentative della realtà locale, che la Camera di Commercio di Ravenna divulga puntualmente, settimanalmente e mensilmente, tramite il proprio sito internet (www.ra.camcom.it) e tramite Starnet, la rete telematica degli uffici di statistica camerali (http://www.starnet.unioncamere.it/intranet/Area-Terri/Ravenna/ in Analisi e dati, alla voce Prezzi).
Inoltre, già dal 2006, la Camera di Commercio di Ravenna ha aderito, assieme alle associazioni di categoria e sindacali ed alle associazioni dei consumatori, al protocollo d'intesa per l'attivazione, presso l'ufficio statistica comunale, dell'Osservatorio dei prezzi al consumo del Comune di Ravenna, capo fila dell'iniziativa, nonché di un Tavolo Tecnico come sede di confronto.
Se l'Osservatorio ha come obiettivo di monitorare, nel Comune di Ravenna, l'andamento dei prezzi di un paniere di prodotti di largo e generale consumo, il Tavolo Tecnico vuole agevolare e coordinare lo scambio di informazioni, per contribuire a rendere chiari e trasparenti i meccanismi di formazione dei prezzi dei beni e servizi individuando, in modo responsabile e condiviso, le migliori soluzioni che a livello locale possono essere messe in atto per difendere il potere d'acquisto delle famiglie.

> "La Finanziaria 2008 ha attribuito un ruolo fondamentale agli uffici prezzi delle Camere di Commercio"

*** Responsabile Servizio Statistica Prezzi Protesti Brevetti e Marchi**

302be

Radio...
Ascendente.
Paolo Fox
radio LatteMiele
www.lattemiele.com
info@publimediaitalia.com
INFOLINE: 0544 511311

1512: il Mostro di Ravenna

di Eraldo Baldini*

Nell'articolo pubblicato sul numero precedente della rivista, facevo accenno a diversi accadimenti, accolti come funesti presagi, che nel 1511 e all'inizio del 1512 sembrarono annunciare alla nostra città che si stava preparando qualcosa di grave, di terribile. E ciò puntualmente avvenne.

Nella Pasqua di sangue del 1512, infatti, Ravenna e i suoi immediati dintorni furono teatro di una grande battaglia tra i Francesi e i Ferraresi da una parte e i Ravennati, le truppe pontificie e quelle spagnole dall'altra.

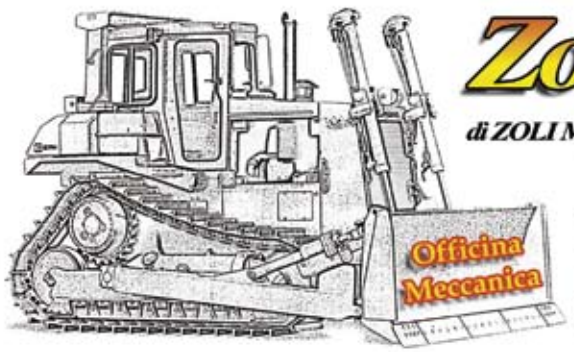
Nonostante la strenua resistenza, vinsero i primi e saccheggiarono la città, anche se morì il loro giovane e intrepido comandante, Gastone di Foix, caduto nel luogo in cui ancora oggi, a sua memoria, campeggia (sull'argine del fiume Ronco) una stele a forma di spada.

Nel raccontare la battaglia, o meglio il massacro di quei giorni, il ravennate Tomaso Tomai scriveva: «Ogni volta che nel mondo è occorso qualche gran travaglio, quasi sempre la bontà di Dio ha fatto incamminar prima qualche gran prodigioso segno». E i segni, come dicevo, non mancarono.

Secondo il Tomai stesso, nel 1511, nella chiesa di San Domenico, un Crocifisso sudò sangue; si vide per tre volte il sole diventare del color del sangue; un sant'uomo in preghiera nella cella di un monastero si sentì chiamare e, fattosi alla finestra, vide una moltitudine di demoni in forma umana che combattevano tra loro

> "Funesti presagi annunciarono che nella nostra città si stava preparando qualcosa di grave, di terribile. E ciò puntualmente avvenne"

174be



Zoli & Zoffoli snc.
di ZOLI MARIO & C.
1955-2005
50
Via Petrosa n. 253 - CAMPIANO (RA)
Tel. 0544/563304 - Fax. 0544/563441
web site: www.zoliezoffoli.it
email: info@zoliezoffoli.it
Riparazione, Commercio e Noleggio
Macchine Movimento Terra Agricole e Industriali

237be

METALTECNIC
di TURRINI ANDREA

CARPENTERIA
MECCANICA
SATINATURA - LUCIDATURA
INOX - ALLUMINIO TITANIO
SALDATURA IN ATMOSFERA
CONTROLLATA

Via dell'Industria, 84
48014 Castel Bolognese (Ra)
Tel. 0546 656118
Fax 0546 657016
Cell. 338-2827091
e-mail: metaltecnic@libero.it

Porto Intermodale Ravenna S.p.a.

SAPIR

80be

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

e annunciavano di accingersi a rovinare la città.
Ma il segno premonitore più impressionante fu, ancora secondo Tomai, che nella prima decade del marzo 1512 nacque a Ravenna un bambino dall'aspetto mostruoso. Era senza braccia, aveva un corno sulla fronte, una sola gamba nel cui ginocchio si apriva un occhio, recava i segni distintivi di entrambi i sessi, e sul suo petto spiccavano segni a forma di una Y e di una croce. In altre delle numerosissime descrizioni e raffigurazioni del Mostro, che raggiunse fama non solo in Italia, al bambino vengono attribuite ali membranose, una bocca enorme e orrenda, l'unica gamba coperta di squame o di peli, il piede dotato di artigli, e altri raccapriccianti particolari.
Difficile dire se, veramente, ci sia stata in quel tempo la nascita di un bambino deforme, evento poi ingigantito e trasformato dalla fantasia popolare e dalla ricerca di arcani simbolismi nelle forme distorte della creatura, o se il tutto sia stato frutto di pura invenzione. Come abbiamo detto, descrizioni e fogli volanti recanti il disegno del Mostro circolarono rapidamente e in abbondanza in tutta Italia e in Europa; ne trattarono il fiorentino Luca Landucci, Sebastiano di Branca Tedallini, Marino Sanuto nei suoi Diari, e altri autori. Ma lo storico ravennate Girolamo Rossi, che visse e scrisse nel Cinquecento, pur menzionando il Mostro afferma di non aver mai avuto testimonianze dirette e locali di quella che sembra reputare nient'altro che una leggenda. Scrive infatti: «Queste cose scritte da altri non mai le sentii nella mia patria, né ho mancato di ricercare minutamente tutti coloro che giovini si vivevano a que' dì, e da' quali altre molte ho potuto notizie e testimonianze raccogliere».
L'invenzione o, in ogni caso, la manipolazione del presunto avvenimento, avrebbero potuto avere lo scopo di essere usate a fini politico-religiosi o moraleggianti; fini che del resto sono piuttosto evidenti nell'interpretazione che si diede (soprattutto alla luce degli eventi successivi, cioè della battaglia) della nascita e figura del Mostro stesso. In un poemetto del palermitano Giovan Francesco Vitale, uomo legato alla corte pontificia, ad esempio, il Mostro è utilizzato in chiave filopapale e antifrancese: le terre in cui i francesi mettono piede, dice infatti l'autore, partoriscono mostri. Già abbiamo visto, poi, come Tomaso Tomai descrivesse i "signa" antecedenti la battaglia alla stregua di avvertimenti divini, significanti tra l'altro la necessità di pentimento per gli abitanti della città, dediti a peccati e a trasgressioni.
Non dissimile è l'opinione del Landucci, che scrisse: «Vedi se 'l mostro indovinava loro qualche gran male! E pare che sempre seguiti qualche gran cosa a quella città dove nascono tal cose; così intervenne a Volterra che andò a sacco, e poco tempo innanzi vi nacque un simil mostro».
Una interpretazione della forma del Mostro venne da Johannes Multivallis. Egli affermò che il corno significava superbia, le ali leggerezza e incostanza, la mancanza di braccia carenza di opere buone, il piede aquilino cupidigia, usura e avarizia, l'occhio nel ginocchio amore eccessivo per le cose terrene e mondane, la doppiezza del sesso sodomia. La ypsilon e la croce, poi, avrebbero rappresentato segni di salvezza e di virtù, una sorta di indicazioni sul come sfuggire alla calamità preannunciata e causata dai peccati sopraelencati. La stessa interpretazione venne ripresa da Pierre Boaisteau nel 1560. Qui, dunque, la città vittima del saccheggio è ritenuta colpita a causa dei peccati e delle colpe dei suoi abitanti, tanto che i francesi vengono semplicemente considerati lo strumento della punizione divina.

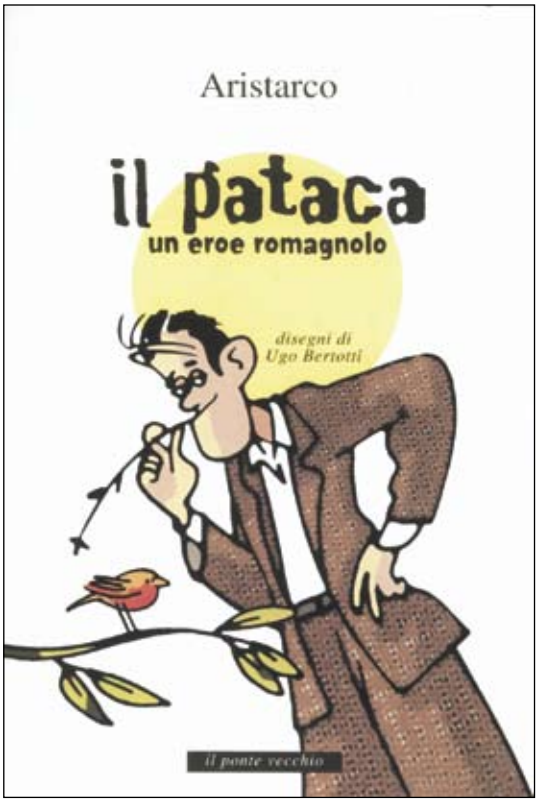
* Scrittore

Dialetto e paesaggio

di Eraldo Baldini*

Aristarco
Il Pataca, un eroe romagnolo
Società Editrice "Il Ponte Vecchio", Cesena 2008, pp. 104, euro11,00

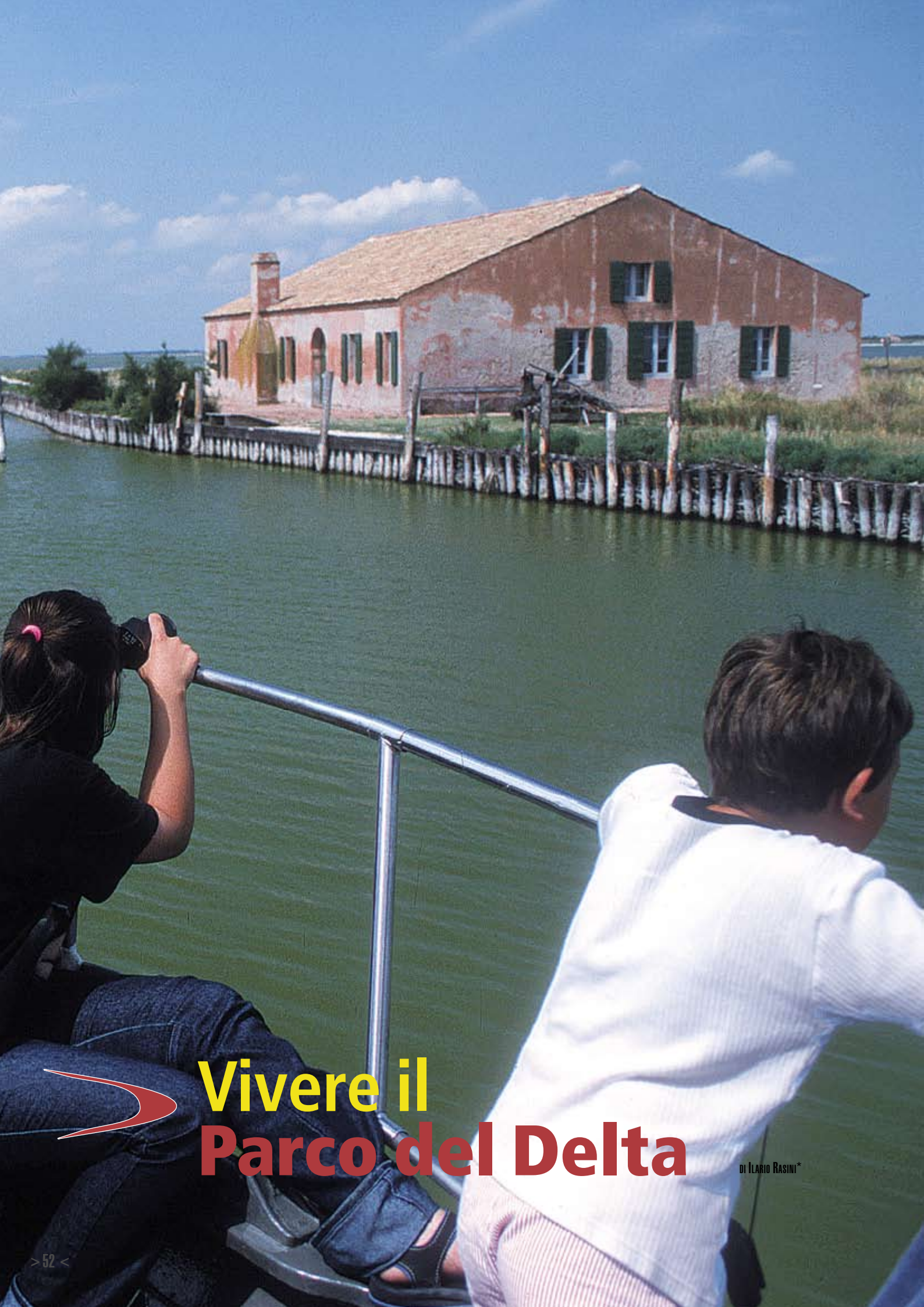
Come a volte accade soprattutto nei dialetti, c'è una parola in romagnolo che può essere usata con diversi significati, con innumerevoli sfumature, e sempre con grande densità espressiva. Questa parola, resa celebre anche dai film di Fellini, è Pataca. In questo libretto firmato con uno pseudonimo, pieno di ironia e di rimandi raffinati, oltre che di aneddoti divertenti e di sottili considerazioni, sono affrontate le imprese memorabili e i personaggi esilaranti della più celebre figura della Romagna, nella sua grullaggine e nel suo esibizionismo. Un "trattatello" che mancava e che ci riporta alla acuta e potente capacità dialettica della nostra lingua e della nostra cultura popolare.



Isotta Fiorentini Roncuzzi, Enzo Pezzi, Arnaldo Roncuzzi, *Sant'Apollinare in Classe di Ravenna e il suo bosco perduto,* Longo Editore, Ravenna 2008, pp. 96, Euro 15,00

Sant'Apollinare in Classe di Ravenna è universalmente nota come la più bella delle basiliche paleocristiane per i suoi sontuosi mosaici. Nell'incantato catino absidale, dove le tessere musive brillano e rimandano luci dorate e multicolori, campeggiano figure e simbologie sacre insieme a fiori, erbe, cespugli e piante fra le quali si muovono numerosi animali. È il paesaggio che allora doveva circondare l'imponente basilica, l'immagine del grande bosco che animava il territorio nel quale si ergeva, maestoso, il solitario tempio cristiano. È del tutto nuova la ricerca che ha portato gli Autori a identificare gli alberi di questa selva litoranea, il pinetum, e gli animali che la popolavano, permettendoci di avere un'immagine concreta e suggestiva della flora e della fauna che qui cresceva e viveva nel VI secolo e che, in parte, è presente ancora oggi sotto i nostri occhi, così da rendere ancora il territorio ravennate ricco allo stesso tempo della bellezza dell'arte e di quella di una natura che si riusciti saggiamente a conservare.

*** Scrittore**



Vivere il Parco del Delta

di Ilario Rasini*

Anche grazie alle quattro edizioni della "International Po Delta Birdwatching Fair" organizzate da DELTA 2000 a Comacchio e nel Parco del Delta del Po dal 2004 al 2007, si sta diffondendo una cultura del turismo naturalistico: lo "slow tourism" appunto, cioè la scelta di vivere la natura senza fretta, scoprendo il piacere della lentezza, del relax, del silenzio. Si tratta di sostituire al consumo del territorio una conoscenza del proprio habitat, delle trasformazioni antropiche accumulate nel tempo, della costruzione stessa del territorio del grande Delta. In questi giorni si parla molto di zoo-safari da allestire nell'area ravennate della Standiana, accanto a Mirabilandia: un progetto contrastato, che persegue l'obiettivo di fare business tramite l'allestimento di ambienti artificialmente costruiti e l'esposizione di animali prelevati forzatamente da altri continenti ed allevati in cattività, fuori dal loro habitat naturale. Non ci interessa qui entrare nel merito delle motivazioni pro o contro, quanto piuttosto evidenziare che si tratta di due scelte culturali agli antipodi: da una parte il consumo passivo, dall'altro la scoperta creativa; qui eventi "costruiti", là l'autenticità delle emozioni che scaturiscono dal contatto con le eccellenze naturalistiche ed i percorsi del territorio del Parco del Delta.

Ma torniamo al birdwatching ed al turismo naturalistico: ebbene, la quinta edizione della Fiera scivola al 2009, probabilmente sempre a Comacchio con l'utilizzo di alcuni palazzi storici trasformati in una vetrina dell'offerta integrata di ecoturismo e di tutti i supporti alla pratica del birdwatching e della fotografia naturalistica. Il 2008 non sarà comunque un anno vuoto: anzi, è in fase attuativa, dal 20 aprile e fino all'11 maggio, un intenso calendario di appuntamenti che hanno nello "slow tourism" il leit motiv e nel Parco del Delta del Po lo scenario di riferimento: escursioni, passeggiate a cavallo, lezioni di fotografia, biciclettate, gite in barca, lezioni di birdwatching, degustazioni. E poi convegni sulla rete dei parchi dell'Adriatico a conclusione di un progetto di cooperazione transfrontaliera denominato "Network Adriatic Parks", sui cambiamenti climatici, sull'etica del fotografo naturalista e le manipolazioni digitali e su altro ancora. Presso la Manifattura dei Marinati sarà poi visitabile "La Stanza dei Parchi" dedicata ai 12 parchi adriatici che partecipano alla suddetta rete.

> "Dal 20 aprile all'11 maggio "Birdwatching e Slow Tourism Events"

L'area ravennate ha partecipato con ben undici appuntamenti al programma denominato "Birdwatching e Slow Tourism Events": due iniziative sono dedicate ai cavalli lungo gli argini del Lamone e del Savio; poi la "4ª Pedalata nel cuore del Parco del Delta", dalla Bassa Romagna a Comacchio, che quest'anno prevede anche l'inaugurazione del percorso ciclo-naturalistico "Reno-Po di Primaro"; la biciclettata da Ravenna a Cervia "Vivere il Parco" organizzata dalla CNA e tante inaugurazioni di investimenti fatti (la torretta dell'Ortazzino, quella di Valle Mandriole, il sito per il birdwatching nei bacini dell'ex-zuccherificio di Mezzano, la "aiuola delle piante del sale" e, "la via del sale" in barca a Cervia. Un programma, quindi, molto articolato che esalta il protagonismo di Atlantide, di Ardeola e di tante altre associazioni sul versante ambientale e sportivo. Tra le infrastrutture appena citate, una ci sembra meritevole di particolare elogio: la torretta "Cà del Chiavichino", alzata nella parte nord di Valle Mandriole o "valle della canna", che assieme a Punte Alberete rappresenta uno scrigno della biodiversità e della ricchezza avifaunistica del Parco del Delta. I lettori ricorderanno la sofferta vicenda di questa valle, liberata trent'anni fa dalla "cappa di piombo" dell'attività venatoria da appostamento, poi per lungo tempo dimenticata, nel senso che solo da poco ci si è posto il problema di una sua fruizione sostenibile, tramite la costruzione della torretta appoggiata al fiume Lamone, la ristrutturazione di Cà del Chiavichino e di Casetto Quattrocchi. C'è poi un progetto del Parco già finanziato (che purtroppo tarda a tradursi in cantiere aperto!) che prevede la costruzione di una passerella ciclabile a fianco della s.s. 309 sul ponte del Lamone ed un progetto anch'esso già

Mercedes-Benz è un marchio DaimlerChrysler.

Classe S. Be Ahead.

Nuovo motore 320 V6 CDI 4MATIC a trazione integrale.

Prima per tecnologia. Prima per sicurezza. Prima per comfort. Classe S. Con sistema di visione notturna Night Vision, radar regolatore di distanza, sistema multimediale Comand, fari bi-xeno attivi, cambio automatico 7G-TRONIC con Tempomat, Speedtronic e innesto manuale "one touch". Classe S. L'avanguardia dell'esclusività.

Classe S 320 CDI. Consumi (l/100 km): urbano 11,09 - extraurbano 6,07 - misto 8,06. Emissioni di CO_2: 228 g/km.

259be

DESSTEFANI

RAVENNA - Via Dismano, 2 - Tel. 0544/479611
FORLÌ - Via Ravegnana, 407 - Tel. 0543/811011
FAENZA (RA) - Via Emilia Ponente, 18 - Tel. 0546/643911
IMOLA - Via Pola, 23 - Tel. 0542/691911

Mercedes-Benz

finanziato per alimentare di acque dolci la Valle Mandriole al fine di contrastare l'infiltrazione di acque saline, vera e propria minaccia mortale per questa oasi. Ora con la seconda torretta, posizionata a nord e raggiungibile sia dalla s.s. 309 che dall'azienda agrituristica Tenuta Augusta, si valorizza un'area altamente vocata al birdwatching e si arricchisce la nostra offerta di turismo naturalistico (si pensi al fatto che i birdwatchers in Europa crescono al ritmo di + 10% ogni anno, che la "Birdlife International" conta due milioni e mezzo di soci, che in Gran Bretagna la "Società Reale per la Protezione degli Uccelli" ha oltre un milione di soci). Una proposta quindi al turista, ma anche un servizio alla popolazione locale ed uno stimolo alla sua crescita culturale. Tra di noi, tanti amano girare il mondo, ma spesso ignorano tanti luoghi suggestivi vicino a casa. Dunque, c'è del vero nella frase di Marcel Proust: "Il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell'avere nuovi occhi".

*** Sportello informativo Delta 2000 per la Provincia di Ravenna**

Nelle foto: lo stand dedicato alla Riserva Naturale di Alfonsine con i nidi artificiali esposti alla Festa del Parco all'Almagià di Ravenna il 16 febbraio scorso.

43be

MSC
MOVITER
STRADE
CERVIA

Via del Lavoro, 16
Tel. 0544 965329
Fax 0544 965477
MONTALETTO DI CERVIA (RA)

CRAI

DAL 17 MARZO È SBOCCIATA

la nuova Collection CRAI

FIOR DI PREMI

Affrettati nei Negozi e Supermercati Crai a richiedere il catalogo!!
71 fantastici regali utili e pratici firmati da marchi prestigiosi,
selezionati accuratamente per premiare la tua spesa.

Hai tempo fino al 31 agosto 2009

CRAI

Genuinamente italiano

Le nostre offerte le trovi anche su WWW.nealco-lugo.com

TUTTOEDILI - 2007

Muoviamo la terra per costruire grandi opere

Gama SpA, costituita nel 1990, aderente a Confindustria Ravenna, è un'impresa specializzata in lavori in terra, scavi, opere edili e di urbanizzazione.
L'azienda è al centro del sistema imprenditoriale che fa capo al Gruppo Nettuno SpA, la società di partecipazioni e servizi che controlla un insieme articolato di imprese.
Gama SpA mette in campo professionalità ricercate sul mercato, ed un vasto parco macchine in grado di realizzare grandi opere infrastrutturali, condotte e sottoservizi, interventi idrogeologici, sbancamenti, costruzioni edili.
Anche tramite società di scopo, l'impresa gestisce rilevanti attività estrattive nelle proprie aree di cava a Ravenna ed in Toscana, producendo e commercializzando materiali inerti di diversa tipologia: sabbia, granisello, ghiaia, frantumati, stabilizzati, sabbiella per riempimenti.

GAMA SpA

GAMA SpA
Via Braille, 4 • 48100 Fornace Zarattini RA
Tel. 0544 502210 • Fax. 0544 501584
gama@gamaravenna.com
www.gamaravenna.com

285be

CLK. La strada non aspetta.

CLK 220 CDI. Consumi l/100 km: urbano 9,2 - extraurbano 5,7 - misto 6,9. Emissioni di CO_2: 183 g/km.

DESSTEFANI

RAVENNA - Via Dismano, 2 - Tel. 0544/479611
FORLÌ - Via Ravegnana, 407 - Tel. 0543/811011
FAENZA (RA) - Via Emilia Ponente, 18 - Tel. 0546/643911
IMOLA - Via Pola, 23 - Tel. 0542/691911

Mercedes-Benz

256be