bollettino ECONOMICO
SYSTEMA

Camera di Commercio
Ravenna

ANNO LXX > N. 2 > AGOSTO 15 > QUADRIMESTRALE

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.

In difesa del nostro porto

ATTIVITÀ CAMERALE

AZIENDE
IMPRESA
DONNA

PREMI
LA FEDELTÀ
AL LAVORO

INSERTO
LA GIORNATA
DELL'ECONOMIA

LA CAMERA
PREMIO
AMBIENTE & FUTURO

www.publimediaitalia.com ☎ 0544.511311

PUBLIMEDIA ITALIA

Camera di Commercio
Ravenna

puoi trovare Systema 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.), e Token USB
- registro imprese on line (Telemaco)
- arbitrato e conciliazione

SYSTEMA bollettino ECONOMICO

Periodico quadrimestrale della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Ravenna
Anno LXX numero 2/agosto 2015
Reg.Tribunale di Ravenna Decreto n. 418 del 21/05/1960

Direttore Natalino Gigante
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 481484
Fax 0544 481500
alessandra.del sordo@ra.camcom.it

Foto
Archivio Camera di Commercio di Ravenna

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

Progetto grafico
Tuttifrutti - Ravenna

Pubblicità
PUBLIMEDIA

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

Direzione e amministrazione
Viale Farini, 14 - 48121 Ravenna
Tel. 0544 481311
Fax 0544 481500 c.p. 370
www.ra.camcom.it

CATERING

EXCELSIUS®

Ristorante La Campaza - Via Romea Sud 395 Fosso Ghiaia - Ravenna (Ra)

Gruppo LA CAMPAZA Tel. 0544 560294 - www.gruppolacampaza.it La Campaza APERTO TUTTI I GIORNI

LUGLIO 2015

>7< **EDITORIALE**
In difesa del porto
DI NATALINO GIGANTE

>8< **IMPRESE**
Impresa donna
DI CHIARA RONCUZZI

>11< **ATTIVITÀ CAMERALE**
Riconoscimenti a imprese e lavoratori
DI MARIA ELISABETTA GHISELLI

>14< **ARBITRATO**
Il processo arbitrale: giurisdizione alternativa
DI LISA MANETTI

>16< **INTERNAZIONALIZZAZIONE**
Il Golfo Persico, un'economia dinamica
DI FRANCESCA TRIOSSI

>22< **SERVIZI**
Widget, guida interattiva agli adempimenti societari
DI CRISTINA FRANCHINI

13ª GIORNATA DELL'ECONOMIA

>38< **E-COMMERCE**
Tutti a comprare sul web idee per il futuro?
DI GIOVANNI CASADEI MONTI E CINZIA BOLOGNESI

>45< **ATTIVITÀ CAMERALE**
Scuola e impresa per l'ambiente
DI BARBARA NALDINI

>49< **PROGETTI**
Un laboratorio di responsabilità sociale
DI PAOLA ALESSANDRI

UNA SERENITÀ ANCORA PIÙ GRANDE PER OLTRE 10 MILIONI DI PERSONE

I GRANDI NOMI DELL'ASSICURAZIONE ITALIANA UNISCONO LE LORO ESPERIENZE: UNA BELLA SICUREZZA IN PIÙ.

UnipolSai ASSICURAZIONI

Divisione Unipol

la tua mobilità · la tua casa · la tua protezione · il tuo lavoro · il tuo risparmio

CON LE 5 AREE DI GARANZIA LA TRANQUILLITÀ È ASSICURATA!
CHIEDI AL TUO AGENTE LA SOLUZIONE GIUSTA PER TE.

ASSICOOP Romagna Futura 50 ANNI

Agenzia di **RAVENNA**
Via Faentina, 106 • Tel. 0544 282111
Viale E. Berlinguer, 40 • Tel. 0544 408024
Via Ravegnana, 96 • Tel. 0544 270601

www.assicoop.it

Agenzia di **CERVIA**
Piazza XXV Aprile, 13 • Tel. 0544 71795

Agenzia di **CONSELICE**
Piazza Foresti, 12 • Tel. 0545 89148

Agenzia di **FAENZA**
Viale Baccarini, 31 • Tel. 0546 25098

Agenzia di **LUGO**
Via Acquacalda, 37/1 • Tel. 0545 24190

IN DIFESA DEL PORTO DI NATALINO GIGANTE

Il piano di riforma dei porti messo a punto dal ministro Graziano Delrio e approvato dal governo, presenta più di una criticità. Una delle principali, il mancato coinvolgimento degli enti locali nella nomina dei presidenti delle Autorità portuali, è stata superata grazie ad un emendamento approvato nei giorni scorsi dal Parlamento, che ridà dignità al territorio nella scelta di ruoli-chiave per la crescita economica. Resta il principio verticistico delle scelte strategiche, con l'abolizione del Comitato portuale, il soggetto all'interno del quale erano rappresentate le varie realtà portuali.

Ancora non è stato risolto uno degli handicap maggiori della riforma: l'accorpamento dell'Autorità portuale di Ravenna con quella di Ancona.

Da subito ho giudicato questa opzione come un errore, e non solo perché nel progetto di accorpamento degli enti portuali quella tra Ravenna e Ancona è l'unica unione infraregionale.

Forti critiche si sono alzate, a ragione, sia dal fronte emiliano romagnolo che da quello marchigiano.

Nella riorganizzazione delle infrastrutture logistico-portuali dovrebbero emergere piattaforme regionali e intraregionali che rispettino e valorizzino le diverse vocazioni dei territori di riferimento.

La proposta Delrio mette assieme due realtà completamente differenti. Ravenna è specializzata nelle merci varie e ha una movimentazione di container doppia rispetto al porto dorico che, a sua volta, primeggia per il traffico passeggeri. Ravenna è, inoltre, alla soglia di un importante piano di sviluppo che auspichiamo possa decollare nei prossimi mesi. È da attivare un piano di manutenzione ordinaria dello scalo che eviti , come accaduto in inverno, la formazione di dossi in prossimità dell'imboccatura ed elimini criticità legate ai fondali che emergono periodicamente. L'approfondimento dei medesimi fondali a 11,50 metri è una priorità già finanziata alla quale vogliamo dare un colpo di reni. Abbiamo in programma l'importante investimento nel nuovo terminal container, il terminal traghetti è in una fase di sviluppo, le crociere devono consolidarsi.

Attuare oggi un accorpamento con lo scalo marchigiano, significherebbe mettere in discussione scelte strategiche maturate a Ravenna negli anni, nel rispetto delle esigenze operative di uno dei primi porti del Paese.

Auspico che quanto prima il piano del governo venga rivisto in senso realistico e non penalizzante per l'Emilia Romagna.

Natalino Gigante, presidente della Camera di commercio di Ravenna

Impresa donna

di Chiara Roncuzzi*

In un momento di forti incertezze economiche come quello che stiamo vivendo, credo che l'imprenditoria femminile possa contribuire in modo positivo ad un cambiamento economico non solo praticando quotidianamente l'etica del business, ma anche introducendo nuovi modelli manageriali e gestionali.
Ogni impresa è irripetibile, ma da ogni realizzazione aziendale è possibile imparare qualcosa che è trasferibile alla nostra situazione.
Al di là di questo, però, anche i 'freddi numeri' ci indicano come anche nel nostro Paese le aziende a conduzione femminile abbiano raggiunto un'importanza fondamentale e degna di essere tenuta nella massima considerazione: tra l'altro le imprenditrici e lavoratrici autonome rappresentano in Italia il 16% delle donne occupate, a fronte di una media europea del 10%.
Le imprese a prevalente partecipazione femminile iscritte al Registro delle imprese delle Camere di commercio sono 1.146.472 e rappresentano il 22,2% delle imprese iscritte. I dati che si riferiscono alle possibilità di guadagno delle donne che scelgono un lavoro autonomo sono meno confortanti. Si registra dappertutto in Europa un "gap" di genere: imprenditrici e lavoratrici autonome guadagnano in media il 35% in meno di quanto fanno gli uomini nello stesso settore, con l'Italia purtroppo che registra un dato peggiore della media, segnalando così una potenziale sofferenza dal lato della profittabilità del lavoro autonomo, ma anche che c'è spazio per molte iniziative su queste tematiche.
Il quadro regionale evidenzia un dato lievemente inferiore alla media nazionale, ma le imprese femminili sono comunque oltre il 20% del totale delle aziende attive in Emilia Romagna. La più bassa quota femminile delle imprese nella nostra regione dipende, tra l'altro, dalla minore incidenza in regione dell'auto-impiego, quindi da un tasso di occupazione femminile regionale più alto: l'Emilia Romagna, infatti, nonostante la crisi, si caratterizza per avere uno dei più elevati tassi di occupazione del Paese.
Se questi dati ci dimostrano l'importanza che hanno ormai assunto le donne imprenditrici, ora ci sono molti progetti che si devono mettere in cantiere per rafforzarne il ruolo e ridurre il gap con l'imprenditoria maschile; ecco perché credo che 'fare rete' sia indispensabile, affinchè i modelli di successo possano essere condivisi, diffusi e sviluppati.

> "Anche nel nostro Paese le aziende a conduzione femminile sono in crescita"

Ritengo quindi che il Comitato per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile della Camera di commercio debba, in un clima di piena condivisione tra le componenti che provengono dal mondo imprenditoriale, associativo e sindacale del nostro territorio, incentivare le donne ai vertici delle imprese e diffondere, promuovere e sostenere la loro scalata nella società.
Come imprenditrice penso che i cambiamenti aziendali siano inevitabili e debbano essere continui e costanti per continuare ad avere risultati positivi.
Credo che Internet e gli stravolgimenti che sta apportando nella nostra vita, il ruolo della scuola nella nostra società e l'attenzione al mondo istituzionale siano gli argomenti da approfondire nell'arco del prossimi mesi per far crescere il patrimonio culturale e la ricchezza del nostro territorio.
Spero infine che la nostra città si possa aggiudicare l'organizzazione del "Congresso delle imprese femminili delle Camere di commercio dell'Adriatico e dello Ionio" del 2017.
Sono sicura che la Camera di commercio e il Comitato dell'imprenditoria femminile si impegneranno insieme per portare avanti con decisione questa candidatura.

**Presidente Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di commercio di Ravenna*

MSC
MOVITER STRADE CERVIA

MOVITER STRADE CERVIA Via del Lavoro, 16 • 48015 Montaletto di Cervia (RA)
Tel. 0544 965329 Fax 0544 965477 • info@movitercervia.it • www.movitercervia.it

Riconoscimenti a imprese e lavoratori

di Maria Elisabetta Ghiselli*

Saranno cinquanta le medaglie d'oro assegnate complessivamente dalla Camera di commercio di Ravenna nell'edizione 2015 del concorso "Fedeltà al lavoro e progresso economico", consolidato evento istituzionale che dal 1952 si svolge ogni due anni per sottolineare il valore etico, sociale e civile del lavoro e dell'attività imprenditoriale.

Dieci i riconoscimenti per la "Fedeltà al lavoro" che saranno attribuiti a lavoratori dipendenti (o a riposo da non oltre un biennio alla data del 30 aprile 2015) che svolgono o abbiano svolto attività per almeno 35 anni, di cui 15 raggiungendo meritori livelli di alta qualificazione professionale, presso imprese della provincia di Ravenna iscritte al Registro delle Imprese ed operanti nei diversi settori.

Trentacinque i riconoscimenti al "Progresso economico" attribuiti ad aziende attive (o cessate nel biennio precedente al 30 aprile 2015) operanti o che abbiano operato nei diversi settori con almeno 30 anni di ininterrotta ed effettiva attività con sede legale nella provincia di Ravenna, o, in caso di trasferimento, con almeno un'unità locale attiva in provincia di Ravenna.

Cinque i premi riservati alla "Responsabilità sociale d'impresa e certificazione ambientale".

Il riconoscimento andrà in questo caso ad imprese operanti nei diversi settori economici e con non meno di 10 anni di attività che abbiano conseguito certificazioni di tipo sociale, quali la SA8000 o la ISO26000, o abbiano depositato il bilancio sociale o abbiano ottenuto certificazioni ambientali da registrazione EMAS e/o ISO 14001.

Fino al 31 luglio si potranno presentare le candidature e i soggetti interessati possono accedere al bando e alla modulistica sul sito internet della Camera di Commercio *www.ra.camcom.gov.it* oppure ottenere informazioni in merito presso l'ufficio Promozione e comunicazione (tel. 0544 481489/425 - mail *promozione@ra.camcom.it).*

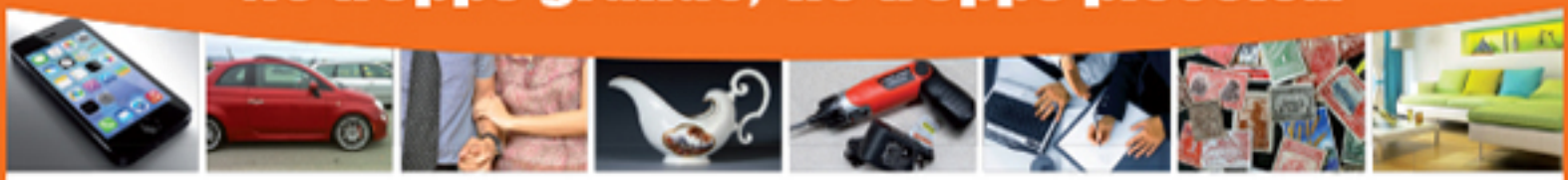
La consegna dei premi ai soggetti selezionati avverrà nel corso di una manifestazione pubblica prevista per il prossimo autunno, in concomitanza della ottava edizione del "Premio Teodorico", un prestigioso riconoscimento attribuito dal 2000 a personalità, legate a Ravenna, che si sono particolarmente distinte nei più svariati campi (economico, professionale, artistico, sportivo...) accrescendo così il prestigio della comunità provinciale; in questa occasione verranno anche premiate le imprese ultracentenarie della nostra provincia iscritte ultimamente al Registro delle imprese storiche italiane.

Fu nel fermento economico postbellico che nacque l'idea di un premio per il lavoro e le imprese: la circolare n. 581/C del 9 agosto 1952 del Ministero dell'industria e del commercio prescriveva alle Camere di commercio di bandire ogni anno, in ciascuna provincia, concorsi a premio con lo scopo di creare un incentivo alle attività imprenditoriali e di consegnare un riconoscimento per gli sforzi individuali nel settore del lavoro e per le iniziative economiche che davano concreti risultati sociali.

Nel tempo, il bando del concorso "Fedeltà al lavoro e progresso economico" è stato soggetto ad aggiornamenti e revisioni nei criteri di ammissione, nelle categorie dei partecipanti e nei parametri di giudizio della longevità delle imprese e dell'anzianità dei dipendenti: rivolto inizialmente a lavoratori e imprese della provincia distintisi per una lunga e significativa attività lavorativa e imprenditoriale, ha modificato nel tempo i criteri di attribuzione dei premi tenendo conto delle trasformazioni economiche e sociali.

Nel caso del lavoratore dipendente, il concetto di fedeltà a una stessa azienda è stato sostituito dalla continuità lavorativa anche presso più imprese, poiché oggi il lavoro è caratterizzato da una maggiore mobilità interaziendale; per quanto afferisce l'im-

Né troppo grande, né troppo piccolo...



il sito giusto per i tuoi affari.

Se offri, se cerchi:
Auto e Moto Casa
Lavoro e Attività commerciali
Elettronica e Telefonia
Mondo Casa Mondo Bimbo
Tempo libero Personali etc.
Tutte le tipologie, in tutta Italia

ANNUNCI GRATUITI

24oreannunci.it

24ore annunci.it

semplicemente annunci, affari e buone occasioni.

IL NUOVO SITO CON UN BACKGROUND TRENTENNALE NEL SETTORE ANNUNCI

presa, il premio è stato esteso ai dirigenti, tenendo conto della maggiore complessità aziendale e della diversificazione tra proprietà e direzione. Si sono poi aggiunti i temi della responsabilità sociale dell'impresa e della certificazione ambientale.
Ma, nonostante i grandi mutamenti che anche nella nostra provincia hanno riguardato la società, l'economia ed il mondo del lavoro, gli evidenti significati simbolici di questa cerimonia sono rimasti inalterati.
Così come resta immutata l'attesa per un appuntamento che si rinnova dall'ormai lontano 1952: imprenditori e lavoratori autonomi e dipendenti, dopo una intera vita di lavoro, vedono con questo premio riconosciuti in modo tangibile i loro meriti ed è evidente sui loro volti la soddisfazione, e spesso l'emozione, quando ricevono dai rappresentanti delle istituzioni e delle associazioni locali la pergamena e la medaglia d'oro recante il logo della Camera di commercio ravennate.
L'evento costituisce infatti un momento significativo di celebrazione del lavoro, diretto ad onorare il ruolo di quanti – con passione, intraprendenza, competenza, tenacia e spirito di sacrificio – hanno apportato un prezioso contributo alla crescita del sistema economico-sociale del territorio provinciale.
Ancora, questo riconoscimento vuole esprimere il sostegno, la vicinanza ed il riconoscimento dell'Ente camerale a imprenditori e lavoratori, perché il lavoro (fatto di intelligenza creatività sacrificio) e l'impresa, che svolge un ruolo insostituibile per la creazione di benessere diffuso sul territorio e per la tenuta sociale, sono i valori fondativi su cui contare per dare vita a un nuovo e diverso sviluppo.
"Questo premio è un pubblico riconoscimento – sottolinea il presidente camerale Natalino Gigante – all'impegno ed alla capacità del sistema imprenditoriale locale, che è fattivamente impegnato a contrastare gli effetti della crisi economica e sociale del nostro paese. Un impegno finalizzato a far sì che l'Italia torni ad ad essere un grande paese manifatturiero, apprezzato in tutto il mondo per le sue produzioni che sanno coniugare qualità ed alto valore estetico. Una sfida, questa, che richiede coesione e coraggio e che, sopratutto, necessita di quella capacità innovativa grazie alla quale molti territori, compreso il nostro, riescono a svilupparsi e rafforzarsi."
E aggiunge: "I segnali della ripresa economica, seppure timidamente, si moltiplicano. Il nostro territorio ne esce profondamente provato e cambiato, ma abbiamo tutti i numeri per ripartire".
Un sistema imprenditoriale, quello ravennate, fatto di grandi imprese e di piccole realtà artigiane, di aziende che esportano in tutto il mondo e di imprese

"

Saranno cinquanta
le medaglie d'oro
assegnate
dalla Camera di commercio

"

individuali che ogni giorno sono in grado di offrire servizi e prodotti alla comunità.
Sono realtà imprenditoriali molto diverse tra loro: aziende conosciute a livello internazionale e microimprese a gestione familiare, ditte ad alto contenuto tecnologico e laboratori artigianali specializzati, aziende che esportano in tutto il mondo e imprese operanti a livello locale...
Se dimensioni e settori sono diversi, gli imprenditori sono accomunati dagli stessi valori (impegno, grande passione e dedizione al lavoro) e tutte le imprese sono legatissime al territorio, come si può evincere dal prodotto, dietro cui si avverte una sedimentazione culturale fortemente riconoscibile.
Sono storie di donne – le imprese femminili ultimamente si sono particolarmente distinte quale tessuto importante e resistente della realtà locale – e di uomini che hanno realizzato i loro sogni e hanno raggiunto traguardi importanti.
Rappresentano un esempio per tutti: per le imprese, per i lavoratori, per le nuove generazioni.

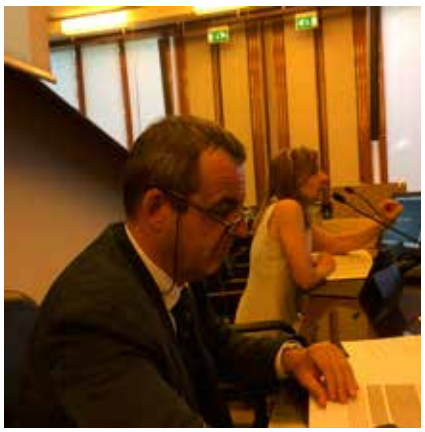
** Ufficio Promozione e comunicazione*
Cciaa Ravenna

Il processo arbitrale: giurisdizione alternativa

di Lisa Masetti*

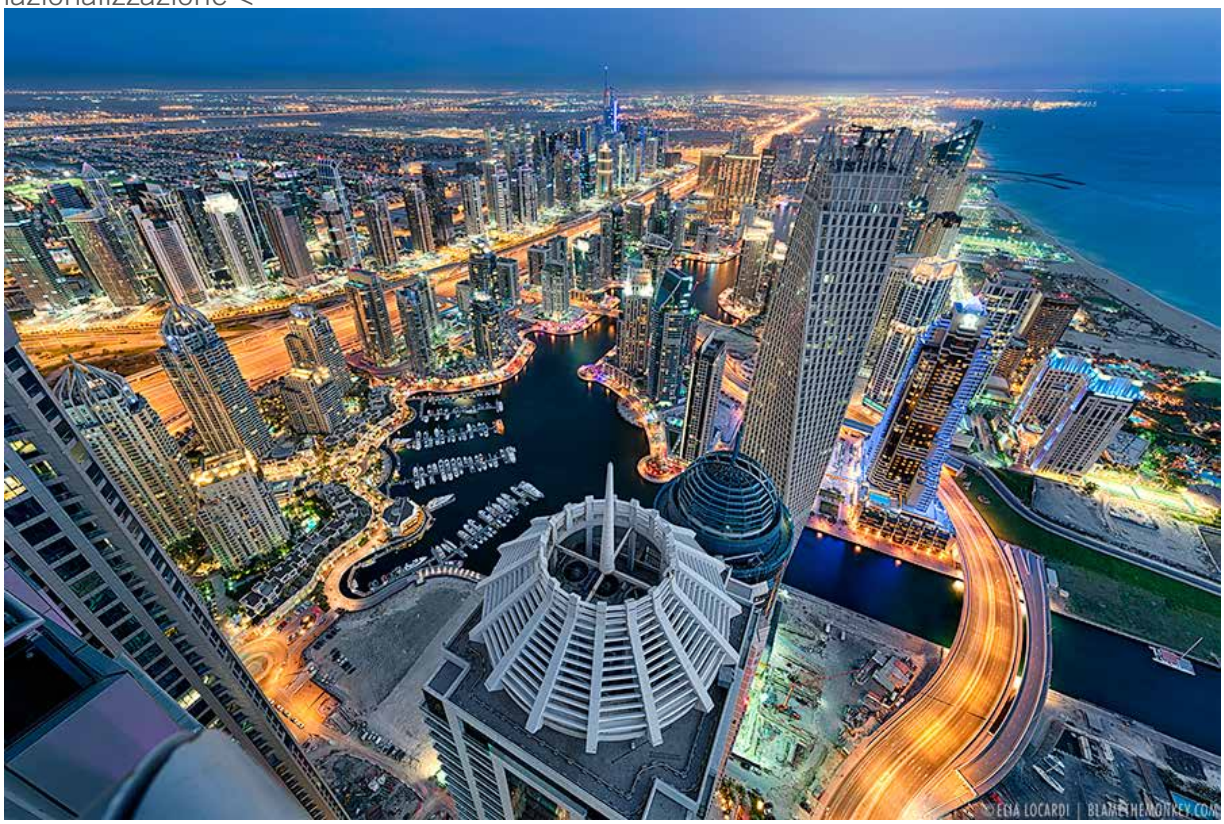
In tempi in cui le riforme della giustizia civile sono spesso caratterizzate dall'introduzione di strumenti alternativi di soluzione del contenzioso a scopo deflattivo del carico giudiziario dei magistrati, capita di sentir annoverare l'arbitrato tra detti strumenti alla stregua della media-conciliazione e della recente negoziazione assistita.
Così non è e non può essere, poiché se questi ultimi possono giungere alla definizione delle vertenze anche attraverso meccanismi o accordi che non necessariamente postulano l'applicazione di regole di diritto, l'arbitrato (rituale) è uno strumento di soluzione delle liti giurisdizionale, vale a dire un vero e proprio processo, tenuto da un giudice privato che applica regole di diritto, il cui esito ha efficacia di sentenza. In altre parole, un metodo assolutamente sostitutivo delle giurisdizione ordinaria.
Ciò significa che la conoscenza di questo strumento è tanto più necessaria quanto più ad esso si ricorra nell'auspicio di accedere ad un percorso certamente più veloce del processo ordinario e tendenzialmente più conveniente.
Conoscenza che deve, pertanto, partire dagli operatori professionali, ossia da quei soggetti più prossimi ai potenziali fruitori di tale strumento, perciò più favoriti nel consigliarne l'utilizzo, e che deve proseguire con la formazione specifica di coloro tra essi che sono altresì interessati a far parte degli organi giudicanti.
Con questa prospettiva, la Camera di commercio di Ravenna ha ospitato, dal 23 aprile all'11 giugno 2015, il Master sul diritto dell'Arbitrato interno, organizzato dalla Fondazione Forense Ravennate in collaborazione con la stessa Camera di commercio di Ravenna.
Il Master si è sviluppato in cinque incontri di quattro ore ciascuno, ai quali hanno preso parte numerosi avvocati, ma anche commercialisti, architetti ed ingegneri, interessati sia a conoscere meglio l'istituto per svolgere le proprie funzioni di consulente delle

> Un master in cinque incontri con avvocati, commercialisti, architetti e ingegneri



imprese e non solo, sia ad acquisire una formazione specifica allo scopo di svolgere le funzioni di arbitro o di assumere il ruolo di difensore della parte che intende accedere al giudizio arbitrale.
Il corso è stato infatti concepito per fornire ai partecipanti tutti gli elementi necessari a comprendere le peculiarità e le criticità del procedimento arbitrale, al fine di acquisire capacità idonee ad individuare le soluzioni operative di volta in volta più confacenti alla gestione delle fasi del procedimento.
Ad illustrare tali aspetti sono stati chiamati quattro docenti universitari di riconosciuta fama, che svolgono altresì la professione di avvocato, dunque dotati di esperienza formata sul campo relativamente a ciò che andavano ad esporre nei propri interventi.
La prima lezione è stata tenuta dalla Prof.ssa Elena Zucconi Galli Fonseca dell'Università di Bologna, che ha trattato la convenzione d'arbitrato, le differenza tra arbitrato rituale ed irrituale, nonché le materie compromettibili in arbitrato.
La seconda lezione è stata tenuta dalla Prof.ssa Chiara Giovannucci Orlandi dell'Università di Bologna, che si è occupata della figura dell'arbitro e di tutto quel complesso di valutazioni, legate a doveri deontologici ma anche di mera opportunità, da compiersi nella *disclosure* dei propri interessi in relazione alla controversia da arbitrare.
Il terzo incontro è stato curato dal Prof. Avv. Filippo Corsini dell'Università di Modena e Reggio Emilia, che ha trattato tutti gli aspetti del procedimento arbitrale: dalla domanda alla sede e alla fissazione dei termini, fino alla fase di trattazione vera e propria, con alcuni focus sulle vicende processuali più rilevanti.
Il quarto incontro è stato tenuto dal Prof. Avv. Paolo Biavati dell' Università di Bologna, che ha trattato la formazione, la redazione e la sottoscrizione del lodo, la sua efficacia e le sue impugnazioni.
Il Master si è poi concluso con l'intervento della Prof.ssa Elena Zucconi Galli Fonseca, che ha approfondito il tema dell'arbitrato societario, e con l'intervento del Presidente del Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Ravenna, Avv. Mauro Cellarosi, che si è occupato in particolare dell'arbitrato amministrato mediante il Regolamento vigente presso la Camera Arbitrale esistente alla Camera di commercio di Ravenna.
Accanto, dunque, all'analisi del procedimento arbitrale in tutte le sue fasi e vicende, ciò che è stato altrettanto scrupolosamente sottoposto all'attenzione dei discenti è stata la figura del giudice arbitrale. La ragione di tanta attenzione sta nel fatto che l'autorevolezza e la professionalità dell'arbitro – valori in cui si sostanziano anche la sua indipendenza e imparzialità – sono la chiave del successo di questo istituto.
Custodi di tali valori sono, nell'arbitrato ad hoc, i singoli professionisti che costruiscono autonomamente la propria fama di "buon giudice" e, nell'arbitrato amministrato, gli organismi che gestiscono le nomine dei giudici arbitrali.
Il diffuso riconoscimento dell'ente come di organismo attento al modo in cui esercita tale facoltà transita certamente attraverso il controllo costante sia dei requisiti di probità e decoro, sia del livello di professionalità e formazione dei propri giudici.
Con questo spirito, quindi, l'organizzazione del Master ha reso possibile il conseguimento di venti crediti formativi per tutti i professionisti che vi hanno partecipato, in funzione appunto dell'acquisizione del requisito legato alla formazione specifica che, accanto a quello esperienziale, è richiesto dalla Camera di commercio di Ravenna per l'iscrizione alla lista degli arbitri tenuta presso la Camera Arbitrale ivi istituita.
Analoga attenzione è auspicabile con riguardo a tutti quei soggetti istituzionali cui competono le medesime facoltà di nomina dei giudici arbitrali, nell'ottica appunto di favorire il maggior successo possibile del processo arbitrale, un processo spedito ed economico nel quale gli operatori economici e politici ripongono, peraltro, giustificate speranze in termini di ripresa dell'economia nazionale.

** Avvocato in Ravenna*



Il Golfo Persico, un'economia dinamica

di Francesca Triossi*

L'area del Golfo sta diventando sempre più protagonista del cambiamento, non solo della geopolitica mondiale (di qui scaturiscono le scosse che stanno scuotendo il Medio Oriente), ma anche della geografia economica che si sta delineando con l'uscita dalla crisi.

Uno sguardo dall'alto sul Golfo ne coglie le dinamiche cruciali dello scacchiere inscritto tra il Mar Rosso e il Mare Arabico: unico passaggio dal Mediterraneo all'Oceano Indiano e viceversa, dove convergono le piattaforme continentali di Europa, Africa e Asia. Massimo tesoro energetico del pianeta, dove giacciono i due terzi delle riserve provate di petrolio, un terzo di quelle gasiere, e da dove parte ogni giorno un quarto del greggio commerciato sui mercati mondiali *(La radice quadrata del caos, Limes n.5/2015)*.

Se dal punto di vista politico la titolarità di questa strategica insenatura è in ballottaggio tra le due potenze che vi si affacciano, Iran e Arabia Saudita, a dominare lo scenario del business sono soprattutto

> La diversificazione economica sostenuta dai proventi del greggio

gli Emirati Arabi Uniti, capaci di assorbire quasi metà dell'export nell'area del GCC (Gulf Cooperation Council, organizzazione internazionale che dal 1981 riunisce Arabia Saudita, Bahrain, E.A.U., Kuwait, Oman e Qatar).
Gli Emirati Arabi svolgono dunque un ruolo di crocevia commerciale che fa di Dubai una grande hub di accesso a tutto il vicino oriente, all'India e, in misura sempre più crescente, anche ai mercati dell'Africa Sub Sahariana.
Tuttavia sono da considerare anche i tassi di crescita del Pil in Qatar ed in Oman, e le potenzialità, ad oggi parzialmente ancora inespresse, dell'Arabia Saudita. Potenzialità che sono dichiarate anche da SACE *(Rapporto Export 2014 - 2017)* che prevede un'espansione del 13.4% del nostro export di beni di consumo in Arabia Saudita, sostenuto da una politica fiscale di stimolo per i consumi privati, e un aumento del 10.4% delle vendite italiane di beni di investimento, trainate dal piano quinquennale di investimenti varato dal governo per la diversificazione dell'economia.
La diversificazione economica, sostenuta dai proventi del greggio e del gas naturale, è il segreto del successo delle crescite di questi paesi, in primis gli E.A.U. che sono stati i primi ad avviare tale percorso negli anni '90. Gli introiti della vendita del petrolio e del gas sono stati infatti reinvestiti in attività economiche legate alle costruzioni, al commercio, ai servizi e al turismo, ponendo le fondamenta di un futuro del Paese anche per gli anni a venire, quando le risorse energetiche saranno ridotte.
Di tanto in tanto i media riportano le stravaganze di qualche sceicco arabo e della sua abilità nel ridefinire il concetto di lusso, portandolo verso confini per noi inimmaginabili (piste da sci nel deserto, centri sportivi sott'acqua, auto d'oro).
In effetti l'idea dell'emiro come consumatore con illimitata capacità di spesa non è lontano dalla realtà; tuttavia equiparare tali stravaganze alle potenzialità reali di tali mercati è limitativo, perché si tratta di paesi con ampie prospettive di sviluppo sia per la domanda di beni di investimento, sia per quella di prodotti di alta qualità (non necessariamente solo di lusso) destinati ad un consumatore che appartiene ad una nuova classe sociale in via di formazione, con un buon potere d'acquisto.
In sostanza, un mercato adatto ai prodotti Made in Italy.
In questo senso, l'elevato livello di reddito pro-capite (il sesto al mondo) e la tendenza ad una maggiore distribuzione dei redditi, rendono gli E.A.U. (e a breve anche il Qatar) simili, come prospettive di volume di domanda, alle piazze occidentali più ricche. Questo non solo in termini di capacità di spesa, ma anche e soprattutto di gusti. Complice un settore

Archivio Italiano Cartoline Postali Storiche

Ravenna com'era

CALENDARIO 2016

I CALENDARI PIÙ BELLI DELLA TUA CITTÀ

CALENDARI 2016

Cesena - Forlì - Imola
la provincia di Ravenna
Ravenna - Rimini

Eleganti calendari da collezione, con grandi e pregevoli foto d'epoca.

Un raffinato viaggio nella storia della tua Città.

Un piccolo, ma prezioso regalo, per te o per chi vuoi.

nelle edicole della Tua Città

€ 8,00

Edizioni a tiratura unica limitata da collezione

Calendario Storico l'Italia com'era - collana 2016

Ancona - Bologna - Cesena - Ferrara - Firenze - Forlì - Imola - Modena - Padova - Perugia - Pesaro - Ravenna - La provincia di Ravenna - Rimini - Rovigo - San Marino - Treviso - Venezia - Verona - Vicenza

Archivio Italiano Cartoline Postali Storiche

info:
segreteria@aicps.it

turistico molto sviluppato e la forte presenza di lavoratori europei che influenzano e determinano una élite cittadina cosmopolita e incline all'adozione di standard di consumo e di stili di vita occidentali.

Abbigliamento, accessori, calzature, profumi e cosmetici sono i prodotti di alta gamma che da tempo godono in questi mercati di buoni tassi di crescita, Dubai in testa, grazie tra l'altro alla presenza di ricchi turisti russi, indiani e asiatici, attratti dagli immensi centri commerciali. Ma lo sviluppo promettente riguarda anche e soprattutto il design made in Italy dei settori dell'arredo e delle costruzioni. Per costruire, arredare e illuminare palazzi privati, hotel, aeroporti e centri commerciali, i ricchi Stati dell'area si orientano spesso verso i marchi italiani.

L'eccellenza del Made in Italy nel Golfo è anche meccanica: in una classifica che vede gli Stati Uniti al primo posto (favoriti negli ultimi anni anche dalla valuta), l'Italia si colloca al quarto posto, preceduta da Cina e Germania.

Infine, un segmento in crescita e indubbiamente interessante per le aziende italiane è quello del gourmet. Secondo gli esperti di mercato, i Paesi GCC hanno un grande potenziale di crescita dell'alimentare, considerando anche i consumatori di fascia medio-bassa.

Difficile dare un quadro unitario di tutti i paesi del GCC per via delle differenze nei tempi dello sviluppo economico, tuttavia per le aziende italiane si tratta di mercati con importanti opportunità di business, sia per la continua crescita del Pil (nel decennio 2004-2013 i paesi GCC hanno registrato un tasso di crescita medio del Pil del 6,7%), sia per l'elevata concentrazione di cantieri edili e sviluppi immobiliari. Il dinamismo dell'area, e in particolare degli Emirati Arabi e del Qatar, riceverà un ulteriore impulso dall'Expo che si terrà a Dubai nel 2020 e dai

DOMANDA DI PARTECIPAZIONE

PUBLIMEDIA ITALIA
Publimedia Italia S.r.l.
Piazza Bernini 6, Ravenna
Capitale Sociale € 10.400,00 I.V.
Reg. Imprese Ra - C.F -
P. IVA 01108930395
www.publimediaitalia.com

Il sottoscritto Sig .....che a tutti gli effetti rappresenta.....
ed ha i poteri inerenti a convenire quanto contenuto qui di seguito, chiede di essere ammesso quale Espositore a "Pulce nel Baule" impegnandosi a corrispondere a codesta Società, alle condizioni di pagamento e alle essenziali e inscindibili condizioni particolari e generali (Regolamento) specificate in calce e sul retro, che conferma di avere letto, di conoscere e accettare in ogni loro parte, la somma di euro (numeri).....(i.v.a. inclusa) euro (lettere).....(i.v.a. inclusa).

CATEGORIA ECONOMICA RICHEDENTE: ☐ PRODUTTORE ☐ RIVENDITORE ☐ OPERATORE PROFESSIONALE ☐ ASSOCIAZIONE ☐ PRIVATO ☐ PRIVATO HOBBISTA ☐ PRIVATO RIUTILIZZATORE

CATEGORIA MERCEOLOGICA RICHIEDENTE: ☐ ANTIQUARIATO ☐ RIGATTERIA ☐ COLLEZIONISMO ☐ MODERNARIATO ☐ HOBBISTICA ☐ ARTE ☐ USATO E/O D'OCCASIONE PER FINALITÀ DI RECUPERO RICICLO RIUSO

Ragione Sociale del Richiedente .....

N. civico e via .....Comune.....Provincia .....Cap.....

Codice Fiscale..... Partita IVA.....

Tel..... Cel..... Fax.....

E-Mail.....www.....PEC.....

facebook.....linkedin.....twitter.....

nominativo persone presenti in fiera.....

PRENOTAZIONE

	OGGETTO	QUANTITA'	COSTO UNITARIO	COSTO TOTALE
PRENOTAZIONE	QUOTA DI PARTECIPAZIONE PIAZZOLA ESPOSITIVA DI CIRCA 20 MQ		€ 50	
	NOLEGGIO TAVOLO STANDARD		€ 10	
	TOTALE (IVA INCLUSA)			
PAGAMENTI	MODALITÀ POSSIBILI PER IL PAGAMENTO: PAGAMENTO TRAMITE BOLLETTINO POSTALE SUL CONTO CORRENTE POSTALE, C.C.P., N° 11656485 (COD PAESE IT CAR CONTROLLO 31 CIN V ABI 07601 CAB 13100 CONTO CORRENTE 000011656485) INTESTATO A PUBLIMEDIA ITALIA S.R.L.; PAGAMENTO PRESSO PUBLIMEDIAITALIA S.R.L."			
INOLTRO DOMANDA DI PARTECIPAZIONE	LA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE DOVRÀ ESSERE INOLTRATA COMPILATA IN OGNI SUA PARTE COMPLETA DI TUTTI I DATI, UNITAMENTE AL REGOLAMENTO CONTROFIRMATO E A UN DOCUMENTO DI IDENTITÀ IN CORSO DI VALIDITÀ, A: PUBLIMEDIA ITALIA S.R.L., PIAZZA BERNINI, 6, 48124, RAVENNA, ITALIA, TEL 0544 511337, FAX 0544 511555, MOBILE 335 6540559, MAIL lapulcenelbaule@publimediaitalia.com NEI SEGUENTI GIORNI E ORARI: DALLE ORE 9.00 ALLE 13.00 DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ.			
	SI PREGA DI ANTICIPARE LA DOMANDA AL NUMERO DI FAX 0544 511555			
DOMANDA DI PARTECIPAZIONE E REGOLAMENTO	L'ESPOSITORE APPROVA SPECIFICATAMENTE TUTTI GLI ARTICOLI DEL REGOLAMENTO, LA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE, E TUTTE LE NORME EMANATE ANCHE SUCCESSIVAMENTE PER L'ORGANIZZAZIONE ED IL BUON FUNZIONAMENTO DELLA MANIFESTAZIONE.			

REGOLAMENTO →

(timbro e firma) .....

DICHIARAZIONI PRIVATI HOBBISTI - RIUTILIZZATORI

Con la sottoscrizione del presente gli Hobbisti e i Riutilizzatori dichiarano sotto la loro responsabilità:
- Che la loro partecipazione ala Fiera avviene a titolo di privato e che quindi ogni vendita e/o scambio che durante la Fiera verrà effettuata si intende fatta non nell'ambito dell'esercizio di un'impresa; ciò stante l'attività in questione non rientra nella sfera di applicazione dell'iva ai sensi del D.P.R. 633/72. Per la stessa ragione anche il trasporto di quanto sarà oggetto di vendita e/o scambio non è ricompreso nella disciplina del D.P.R. 627/78 (bolla accompagnatoria delle merci viaggianti);
- Che gli oggetti che verranno scambiati e/o venduti non hanno alcun valore storico e archeologico, e che non si tratta di animali, alimentari sfusi, materiale pornografico e armi;

Limitatamente agli Hobbisti, di conoscere e di attenersi al rispetto della Legge Regionale dell'Emilia Romagna n°12 del 25/06/2009 e successive modifiche (tra le quali: legge regionale n° 4 del 24 maggio 2013).
Sollevano, quindi, gli Organizzatori della Fiera da qualsiasi responsabilità derivante da comportamenti in contrasto con le dichiarazioni rese e, comunque, in contrasto con gli obblighi derivanti dalla legislazione vigente, assumendosene piena responsabilità per ogni eventuale provvedimento di qualsivoglia natura che dovesse essere preso dall'Autorità competente a seguito di violazioni di leggi e regolamenti. Riconoscono che gli Organizzatori avranno diritto di rivalersi nei loro confronti per ogni conseguenza dannosa che dovesse loro derivare dai suddetti comportamenti. Riconoscono, infine, che qualsiasi violazione degli obblighi di legge, salva ogni altra sanzione, facoltizzerà gli Organizzatori ad allontanarli immediatamente dalla Fiera, con divieto di partecipazione alla medesima.

....
(luogo) (data) (nome cognome) (firma)

PER ULTERIORI INFORMAZIONI TELEFONARE ALLA CONCESSIONARIA PER GLI SPAZI ESPOSITIVI E PUBBLICITARI 0544.511337 - 335.6540559
e-mail: lapulcenelbaule@publimediaitalia.com DALLE ORE 9.00 ALLE 13.00 DAL LUNEDI AL VENERDI

INGRESSO GRATUITO PER I VISITATORI

VERSIONE: AM CS 18/06/2014

mondiali di calcio programmati a Doha nel 2022.
Se quanto scritto finora descrive mercati con grande potenziale attrattivo per il Made in Italy, i dati reali dimostrano che questo potenziale non è completamente sfruttato. All'origine dello squilibrio tra potenziale e realtà ci sta la *pricing policy.* Uno degli elementi di principale difficoltà per chi investe in questi mercati è la concorrenza agguerrita da parte delle imprese di altri Paesi, in tutti i settori, che propongono prodotti a prezzi più competitivi dei nostri.
Per questa ragione Cina e India sono i primi due partner commerciali degli EAU. L'Italia si colloca al terzo posto, in particolare per i prodotti che meglio rappresentano la nostra specializzazione industriale (meccanica, design, edilizia e moda).
La presenza delle PMI italiane ha assunto dunque una certa importanza. Con gli opportuni accorgimenti, anche una azienda di piccole dimensioni può cogliere importanti opportunità di business nei paesi Golfo.
Consapevole di ciò, Eurosportello, l'Azienda Speciale della Cciaa di Ravenna, intende proseguire le attività di assistenza alle imprese del territorio nei mercati del Golfo, con particolare attenzione agli EAU e al Qatar.
Il Progetto "Opportunità di business negli EAU e in Qatar per le imprese emiliano-romagnole della filiera abitare e costruire" promosso e realizzato da Eurosportello, in collaborazione con il sistema delle Camere di commercio dell'Emilia Romagna, e cofinanziato dalla Regione Emilia Romagna, è appena terminato ed ha visto il coinvolgimento di più di 50 aziende regionali del settore edilizia e sistema casa/arredo.
In un arco di tempo di 18 mesi le aziende sono state accompagnate in un percorso di internazionalizzazione attraverso azioni di conoscenza, promozione e consolidamento nei paesi dell'area del Golfo Persico, percorso volto a sviluppare opportunità commerciali e relazioni economiche stabili. Nello specifico le aziende hanno partecipato come espositori al Project Qatar 2014, l'appuntamento fieristico più importante in Qatar nel settore delle costruzioni, materiali per l'edilizia, infrastrutture, materiali e tecnologie ecosostenibili; sono state poi coinvolte in incontri d'affari con contractor, importatori/distributori, società di progettazione di interni, provenienti dall'area del Golfo, organizzati al SAIE 2014.
Infine, un selezionato gruppo di aziende ha usufruito di servizio di ricerca partner con organizzazione di incontri e visite aziendali negli EAU e in Qatar (maggio 2015).
Le diverse azioni progettuali e i risultati tangibili, in termini di accordi commerciali stipulati o commesse importanti ottenute, hanno confermato che

la passione per il Made in Italy fa del nostro paese uno dei prediletti dai ricchi emiri del Golfo e che il momento è quello giusto per poter individuare concreti sbocchi commerciali e produttivi in diversi settori merceologici (non solo edilizia ma anche alimentare/gourmet, meccanica e, ovviamente, tutto ciò che è italian luxury).
Le aziende che hanno necessità di conoscere i servizi di Eurosportello nei paesi del Golfo, o intendono approfondire aspetti di business che si possono sviluppare in quell'area, possono contattare direttamente Eurosportello, Azienda Speciale Cciaa di Ravenna (tel. 0544 481443 – *euroinfo@ra.camcom.it*).

** Azienda Speciale SIDI - Eurosportello*
Cciaa Ravenna

Widget, **guida interattiva agli adempimenti societari**

di Cristina Franchini*

L'era della comunicazione globale ha sollecitato il sistema camerale ad aggiornare le proprie modalità di risposta alle domande di informazioni da parte delle imprese, delle associazioni e dei professionisti attinenti agli adempimenti necessari per l'aggiornamento dei dati societari pubblicati nel Registro delle Imprese.
Unioncamere, Infocamere e le Camere di Commercio hanno colto la "sfida" progettando un'iniziativa di sistema: il Widget - Guida Interattiva Nazionale agli adempimenti societari - strumento che consente di individuare in modo rapido, interattivo, fruibile e leggibile gratuitamente da chiunque gli adempimenti pubblicitari nei confronti del Registro Imprese e delle altre Pubbliche Amministrazioni destinatarie della Comunicazione Unica.
Il Widget è un mezzo efficace di comunicazione delle "regole" che disciplinano il Registro delle Imprese e consente a tutti, utenti e operatori, di scoprire il "tesoro" delle conoscenze ed esperienze ultra decennali maturate nell'evoluzione del Registro Imprese.
Questa preziosa guida è nata da un gruppo di lavoro a cui ha partecipato anche la Camera di commercio di Ravenna, all'interno del quale sono stati esaminati e confrontati diversi Manuali regionali fra cui anche quello della Regione Emilia Romagna per giungere ad un unico vademecum nazionale implementato e condiviso dai Registri Imprese di tutta Italia.
L'obiettivo era creare una raccolta unica e condivisa di informazioni relative alle modalità di compilazione della Comunicazione Unica al fine di semplificare il lavoro degli utenti e di ottenere pratiche più corrette, in modo da migliorare sia la qualità dei dati inseriti nel Registro delle Imprese sia i tempi di pubblicazione degli aggiornamenti societari.
I Conservatori dei Registro delle Imprese avvertivano e condividevano l'esigenza di uniformare gli output al fine di agevolare i clienti e renderli informati sulle "regole" di compilazione delle pratiche, in modo da evitare errori ricorrenti e contemporaneamente volevano creare un'uniformità nei procedimenti per la valorizzazione della qualità e della tempistica del Registro delle Imprese.
La Qualità del Registro delle imprese è considerata un fattore strategico del sistema camerale e pertanto è necessario riordinare e riorganizzare le competenze relative alla tenuta e valorizzazione del Registro delle Imprese, con particolare riguardo alle funzioni di promozione della trasparenza del mercato e di pubblicità legale, garantendo la conti-

Immagine 1

> "Lo strumento consente di individuare le pratiche necessarie relative a Registro imprese e Pubblica amministrazione"

> Dopo sei mesi di sperimentazione un avvio giudicato positivamente

nuità operativa del sistema informativo nazionale e l'unitarietà di indirizzo applicativo e interpretativo attraverso il ruolo di coordinamento del ministero dello Sviluppo economico.
Partendo da questa idea e da un unicità di visione e intenti, si è giunti ad un modello di comunicazione condiviso a livello nazionale che permette a chiunque di consultare il patrimonio informativo del Registro delle Imprese con una semplice ricerca per stringa di caratteri, che però da sola non può essere efficace in un campo così complesso e articolato come il diritto societario e pertanto è affiancata a una ricerca semantica, che tiene conto di tutti i sinonimi delle parole digitate nella stringa di ricerca e indirizza il cliente verso le risposte che sono considerate "logicamente attinenti" a ciò che viene ricercato.
Il Widget pertanto si presenta come una stringa in cui digitare la parola attinente all'adempimento cercato e il bottone "trova" per dare inizio all'indagine (immagine 1).
Questa nuova modalità di "investigazione" è stata presentata alla Convention nazionale dei Conservatori del Registro delle Imprese 2014 tenutasi lo scorso novembre alla Camera di Commercio di Ravenna ed è stata pubblicata sul sito camerale al fine di consentire alle imprese, alle associazioni di categoria e agli ordini professionali di sperimentare questa nuova metodologia di ricerca.
A sei mesi dall'inizio della sperimentazione si evidenziano esiti molto positivi: tutti i soggetti coinvolti si dichiarano soddisfatti del Widget, il sistema camerale è consapevole che la ricerca semantica è di per sé uno strumento mai perfetto, per vari motivi (l'evoluzione della normativa, che

deve essere recepita anche a livello di "impostazione semantica" delle chiavi di ricerca, l'evoluzione del linguaggio utilizzato per identificare i diversi adempimenti) e pertanto è stato costituito un "comitato di redazione" che ha il compito di aggiornare e migliorare la guida interattiva.
Questi risultati positivi sono stati evidenziati in un recente incontro tenutosi alla Camera di commercio di Venezia il 12 giugno scorso.

**Responsabile Servizio Registro delle Imprese*
Cciaa Ravenna

EURES

UNIMPIEGO

CONFINDUSTRIA

GRANDI CONCORSI

GAZZETTA UFFICIALE

CENTRI PER L'IMPIEGO

STAGE E TIROCINI

PRIVATI

Sei in cerca di un impiego?
La tua azienda ricerca personale?

Abbiamo quello che fa per te "**LAVORO NOTIZIE**"
Il giornale interamente dedicato agli annunci di lavoro

ogni mese in edicola, con il FÈ il RÒ LA Pulce il Rigattiere

STAI CERCANDO PERSONALE PER LA TUA AZIENDA? PUBBLICA IL TUO ANNUNCIO!

All'interno trovi i Centri per l'impiego, Unimpiego Confindustria, Eures, Concorsi pubblici, la Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Tirocini, Stage e annunci privati

L'economia digitale: grande opportunità di sviluppo e competitività

di **Paola Morigi**
Segretario Generale CCIAA di Ravenna

La Giornata dell'Economia, giunta alla 13a edizione, si celebra annualmente in tutte le Camere di commercio italiane ed è l'occasione per riflettere sull'andamento economico nazionale e locale, ma anche per lanciare proposte per favorire la ripresa e la competitività. Inoltre, quest'anno la Giornata dell'Economia ravennate è stata organizzata in collaborazione con l'Ordine e la Fondazione regionale dei giornalisti, con riconoscimento di crediti formativi ai partecipanti.

Cosa emerge dall'analisi dei dati economici di cui disponiamo?

Per quanto riguarda l'andamento congiunturale dei settori economici, il 2014 si è chiuso con risultati ancora negativi per l'industria manifatturiera provinciale; la flessione dei principali indicatori è tuttavia meno pesante di quella osservata nel biennio precedente, lasciando sperare nell'approssimarsi di un punto di svolta. Rimane difficile la situazione nel settore delle costruzioni ed in quello del commercio al dettaglio, in particolare per la piccola distribuzione che ha visto diminuire le vendite del -3,6%. Il valore aggiunto pro-capite per la provincia di Ravenna, nel 2014 è stato stimato pari a Euro 27.917, posizionando la nostra provincia al 16° posto nella graduatoria nazionale (più o meno stessa posizione del 2013).

Per i settori economici, il valore aggiunto del 2014 è stimato in calo (0,3% contro il -1,5% dell'anno precedente) e l'andamento dell'ultimo scorcio dell'anno 2014 sembra portare verso valori più ottimistici; il tasso di disoccupazione si è portato al 9,2% rispetto al 9,8 % del 2013, mostrando timidi segnali di miglioramento.

Nel 2015 per il valore aggiunto ci si aspetta l'inversione di tendenza con una variazione, seppure piccola ma di segno positivo (+0,7 fonte: Prometeia).

Per quanto riguarda il sistema imprenditoriale provinciale, continua però a ridursi il numero delle imprese anche nei primi mesi dell'anno 2015: al netto delle cancellazioni d'ufficio (che hanno riguardato imprese di fatto non più attive da anni), il tasso di crescita su base annua, rimane ancora negativo ed è pari a -0,60%, peggiore di quello registrato alla fine del 2014, che è stato -0,34%.

Sempre negli ultimi dodici mesi, anche il tasso medio regionale è risultato negativo, però più contenuto (-0,14%) rispetto a quello della provincia di Ravenna, mentre quello medio nazionale si conferma positivo (+0,60%). In altre aree del Paese si osserva una maggiore propensione a fare impresa, spesso, tuttavia, come forma di auto impiego, in alternativa ad un lavoro dipendente sempre più difficile da trovare.

Nel comparto artigiano della provincia di Ravenna, la flessione nel numero delle imprese registrate è risultata più pesante in termini relativi rispetto alla media generale, così come per le imprese giovanili. Positivo invece l'andamento delle imprese con titolare straniero o a maggioranza dei soci stranieri; la quota di imprese straniere è in crescita continua, ed ha superato il 10% del totale delle imprese, seguendo in parallelo l'espansione della componente straniera della popolazione residente.

Piccolo segnale positivo dalle imprese femminili: +0,4 in termini di variazione percentuale del primo trimestre 2015, rispetto alla stessa data dello scorso anno.

Registro delle imprese di Ravenna - Aggiornamento al 1° trimestre 2015

Periodo	Imprese registrate (1)	Iscrizioni	Cessazioni (2) non d'ufficio	Cessazioni (2) d'ufficio	Saldo (3)	Tasso di crecita annuale/trimestrale (4) Ravenna	E. Romagna	Italia
Anno 2011	42.231	2.533	2.404	250	129	0,30	0,46	0,82
Anno 2012	41.807	2.341	2.703	92	-362	-0,86	-0,30	0,30
Anno 2013	40.994	2.373	2.875	323	-502	-1,20	-0,79	0,05
Anno 2014	40.734	2.249	2.390	128	-141	-0,34	-0,21	0,51
Mar 14 – Mar 15	40.315	2.141	2.387	209	-246	-0,60	-0,14	0,60
2011 1° trim	42.094	929	1.092	83	-163	-0,39%	-0,19%	-0,16%
2012 1° trim	41.747	798	1.271	29	-473	-1,12%	-0,73%	-0,43%
2013 1° trim	41.251	885	1.306	137	-421	-1,01%	-0,80%	-0,52%
2014 1° trim	40.764	824	1.053	9	-229	-0,56%	-0,53%	-0,40%
2015 1° trim	40.315	716	1.050	90	-334	-0,82%	-0,45%	-0,31%

(1) Imprese registrate a fine periodo (2) A partire dal 2005, le Camere di commercio possono procedere alla cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese di aziende non più operative (3) Saldo tra iscrizioni e cessazioni al netto delle cessazioni di ufficio (4) Rapporto tra il saldo al netto delle cessazioni di ufficio e il numero di imprese registrate all'inizio del periodo (ovvero alla fine del periodo precedente) espresso in percentuale

Per quanto riguarda l'andamento congiunturale del complesso delle imprese, se si considerano i flussi in ingresso ed in uscita, si osserva che le iscrizioni al Registro delle Imprese di Ravenna, nei primi tre mesi dell'anno in corso, continuano a diminuire (716 iscrizioni dal 1° gennaio al 31 marzo 2015, contro le 824 dell'analogo trimestre del 2014), mentre le cessazioni rimangono sui livelli dell'analogo periodo dello scorso anno (1.050 cessazioni al 31 marzo 2015 e 1.053 al 31 marzo 2014, al netto di quelle d'ufficio).

Imprese registrate, iscrizioni e cessazioni per tipologie di impresa

Periodo (1)	Imprese artigiane (2)			Imprese straniere (3)			Imprese femminili (4)			Imprese giovanili (5)		
	Reg.	Iscr.	Ces. (6)	Reg.	Iscr.	Ces.(6)	Reg.	Iscr.	Ces.(6)	Reg.	Iscr.	Ces.(6)
Anno 2011	11.800	917	995	3.771	548	382	8.743	630	631	3.690	721	359
Anno 2012	11.574	800	1.026	3.900	490	370	8.675	603	703	3.465	674	355
Anno 2013	11.185	735	1.124	3.964	475	410	8.592	650	796	3.180	610	370
Anno 2014	10.972	711	924	4.164	520	341	8.231	654	616	3.085	687	323
Mar 14- Mar 15	10.812	679	930	4.111	478	420	8.181	644	623	2.757	637	293
2011 1° trim	11.692	262	448	3.639	185	149	8.704	232	264	3.434	261	122
2012 1° trim	11.638	280	442	3.786	151	137	8.589	175	330	3.195	199	129
2013 1° trim	11.279	273	568	3.868	141	173	8.590	257	352	2.993	201	140
2014 1° trim	11.063	254	376	4.035	170	105	8.145	241	278	2.855	244	117
2015 1° trim	10.812	222	382	4.111	128	184	8.181	231	285	2.757	194	87

(1) Imprese registrate a fine periodo, iscrizioni e cessazioni nel periodo (2) Iscritte all'Albo delle imprese artigiane (3) Impresa con titolare o maggioranza dei soci non nata in Italia (4) Impresa con titolare o maggioranza dei soci donna (5) Impresa con titolare o maggioranza dei soci con meno di 35 anni (6) Comprese le cessazioni d'ufficio

Alcune novità positive però si registrano proprio in questi primi mesi del 2015. Recentemente il Presidente dell'Istat ha reso noti alcuni dati che lasciano presupporre un qualche segnale di ripresa. Il Governatore della Banca d'Italia ha condiviso queste argomentazioni, senza manifestare tuttavia facili ottimismi. Occorrerà almeno un semestre per vedere se si tratta di un fenomeno episodico o se la tendenza alla ripresa dell'economia possa considerarsi duratura.

Che fare allora in questo contesto? Attendere e sperare che la situazione migliori? Non è questo l'atteggiamento che dobbiamo avere per affrontare il futuro: la ripresa dobbiamo costruirla noi.

Stiamo attraversando un momento molto speciale: la Banca centrale europea con il Quantitative Easing ha messo in circolazione denaro che dovrebbe favorire l'accesso al credito da parte di imprese e famiglie; l'euro svalutato favorirà sicuramente le esportazioni; il prezzo più contenuto dell'energia ridurrà i costi di produzione delle imprese.

Si tratta, in queste condizioni, di investire in alcuni campi per competere sui mercati mondiali, favorendo una piena collaborazione fra settore pubblico e privato, nel pieno rispetto della legalità, condizione imprescindibile per ripristinare un clima di fiducia.

"Legalità" che significa anche lotta contro l'abusivismo e la contraffazione, valorizzazione del "made in Italy" e di quello che rappresenta per i nostri prodotti tipici (in agricoltura e nel settore agroalimentare, ma non solo). Siamo in una zona costiera a cui si affiancano città d'arte (pensiamo ai mosaici di Ravenna, alle ceramiche di Faenza) e paesaggi naturali bellissimi (penso al Parco del Delta): grosse opportunità per il nostro turismo se lo sapremo valorizzare, collegando anche le nostre località con i sistemi di trasporto esistenti.

In questo contesto in continua trasformazione, alcuni termini ci suggeriscono le materie sulle quali investire in futuro: istruzione, formazione, innovazione, internazionalizzazione, semplificazione, condivisione, economia digitale. Non si tratta di concetti isolati, ma ognuno ha strette interrelazioni con gli altri. Soffermiamoci su quest'ultimo elemento, l'economia digitale, che rappresenta l'oggetto del convegno odierno. Investire sull'economia digitale non significa semplicemente destinare risorse a connessioni veloci o a nuovi software; certamente le infrastrutture servono, ma è necessario accrescere la conoscenza digitale, sviluppare nuove competenze, innovare, creare relazioni e reti d'impresa, inventare nuove tipologie di prodotti e servizi.

Questi investimenti vanno fatti in fretta, per consentire alla nostra realtà locale, ma anche all'Italia e più in generale all'UE, di superare la crisi nella quale siamo ancora invischiati. La competizione, come abbiamo più volte sottolineato, è "a tutto campo". Vi sono molti Paesi, un tempo sottosviluppati, che stanno effettuando grossi investimenti in questi ambiti e migliorano sensibilmente i livelli di istruzione e formazione dei giovani.

Cosa fa la Camera di Ravenna in questi ambiti? Sono diversi i campi che ci vedono coinvolti; ne citiamo alcuni, senza la pretesa di essere esaustivi:

- collaborazione con la società regionale Lepida per le infrastrutture informatiche e concessione di contributi a chi investe sulla banda larga e ultralarga;
- sostegno dato al Web economy forum, supportato anche dalle altre Cciaa romagnole;
- seminari organizzati per migliorare le competenze specifiche (direttamente o attraverso l'Azienda Speciale Eurosportello);
- contributi concessi ai Confidi per favorire l'accesso al credito e la concessione di garanzie al sistema bancario, per poter innovare le aziende e renderle più rispondenti alle esigenze di mercato;
- collaborazione con Enti locali, Autorità Portuale, altre Camere di commercio, Associazioni di categoria per realizzare iniziative promozionali di valorizzazione del nostro territorio, anche per il 2015, nonostante le note difficoltà conseguenti alla drastica riduzione delle entrate camerali.

Nel ricordare infine che l'azienda digitale "cresce di più" rispetto a quelle più tradizionali, vorrei illustrare come abbiamo organizzato questa giornata, idealmente suddivisa in due parti, strettamente interrelate: nella prima parte del pomeriggio avremo Guido Caselli, direttore Centro Studi Unioncamere Emilia-Romagna, ed Andrea Granelli, esperto di innovazione, web-economy e change management e presidente di Kanso, che svilupperanno il tema dell'innovazione e della cultura digitale proiettandolo sulle scelte future. Nella seconda parte avremo alcune testimonianze di piccole aziende della nostra provincia che, in campi diversi, hanno innovato il loro tradizionale modus operandi grazie alla cultura digitale. Desidero infine rivolgere un sincero ringraziamento a coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questa iniziativa; mi riferisco ai funzionari e agli impiegati del Servizio Statistica, del Servizio Studi, del Servizio Promozione, della Segreteria e più in generale a tutti i nostri collaboratori camerali e dell'Azienda Speciale Eurosportello: senza il loro impegno non avremmo potuto organizzare questa manifestazione. Un ringraziamento anche al nostro sponsor, la Banca di credito cooperativo, che nel corso di questi anni ha sempre sostenuto questa iniziativa convegnistica.

Il Pil tornerà a crescere, ma a velocità ridotta

di **Guido Caselli**
Direttore del Centro Studi Unioncamere Emilia-Romagna

Sono ormai molti anni che vengo a Ravenna per la Giornata dell'Economia e sono molti anni che, più o meno, racconto la stessa storia utilizzando metafore differenti.
L'anno scorso parlai di una delle città invisibili di Calvino, la città di Zenobia, una città particolarmente strana, costruita su palafitte anche se il terreno è completamente asciutto, sviluppatasi per sovrapposizioni successive che hanno cancellato completamente il disegno originario. Dunque una città costruita male. Tuttavia, se chiedete a un abitante di Zenobia di immaginare una città dove vivere felici, questi vi racconterà esattamente una città costruita come Zenobia.
Ci sono molte analogie con il nostro modello di sviluppo: siamo consapevoli che è costruito male, che ha perso il senso, sia come direzione di marcia, sia nel significato dell'essere, dell'agire. Tuttavia, come a Zenobia, è un modello che non solo non riusciamo a costruire in maniera diversa, non siamo nemmeno in grado di pensarlo differente.
Prima ancora, l'anno precedente, avevo provato a raccontare lo stesso concetto facendo ricorso alla metafora del tunnel; tra quelli che vedevano la luce in fondo al tunnel e quelli che dicevano: "è vero, c'è una luce in fondo al tunnel, ma sono i fari di un treno che arriva in senso contrario", c'eravamo collocati più o meno a metà, dicendo: "prepariamoci ad arredare il tunnel perché ci resteremo dentro ancora a lungo".
Alla fine il concetto che ho sempre cercato di raccontare è che siamo sospesi tra il non più e il non ancora, in una fase in cui i vecchi modi di agire non funzionano più, ma non abbiamo ancora trovato nuove modalità per risolvere i problemi.
Uno stato di sospensione che trova evidenza nei numeri. Se esaminiamo le prime 50 economie del mondo, in termini di crescita del PIL emerge che, negli ultimi 5 anni, l'andamento peggiore, dopo quello dell'Italia, è risultato solo quello della Grecia. Nei prossimi 3 anni, peggio di noi si ritroveranno Argentina, Russia e Giappone, mentre tutti gli altri paesi cresceranno di più; se allarghiamo lo sguardo a tutti i paesi del mondo, scopriamo che solo 8 paesi in tutto il mondo avranno un andamento peggiore rispetto all'Italia, nei prossimi 3 anni.
I dati sono tratti da analisi del Fondo Monetario Internazionale ed aggiornati ad aprile, quindi tengono conto di tutti quei segnali di ripresa che, al momento, appaiono più annunciati che riscontrati nei fatti.
I dati sulla crescita del PIL delle province italiane nel prossimo triennio evidenziano come si stia ampliando notevolmente il divario fra Nord e Mezzogiorno. Le province dell'Emilia Romagna cresceranno un po' più dell'Italia, anche per Ravenna si stima una crescita superiore a quella nazionale. Però non dobbiamo illuderci: se proviamo a paragonare la crescita del PIL ad una "velocità di marcia", per il 2014-2017, in pratica, sarà come se l'Italia viaggiasse in bicicletta, Ravenna con una bici da corsa, mentre il resto del mondo si muoverà chi in moto, chi in macchina, chi con una auto da corsa. E viaggiare in macchina piuttosto che in bicicletta sicuramente aiuta.
Quindi non sono fra quelli che vede la luce in fondo al tunnel; a mio avviso ci converrà occuparci ancora un po' del suo arredamento.
Tuttavia, non possiamo solo pensare ad arredare il tunnel, dobbiamo avere un'ambizione più alta, quella di iniziare a costruire il futuro.

Valore aggiunto ai prezzi base e correnti procapite e posizioni nelle graduatorie provinciali e regionali - Anni 2011-2014. Valori procapite in euro (*)

Province e Regioni	Valori procapite				Posizioni di graduatoria			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Piacenza	27.365,45	27.517,92	27.445,42	27.632,49	23	20	18	18
Parma	31.650,18	31.555,28	31.256,43	31.111,39	7	7	7	8
Reggio nell'Emilia	29.972,79	29.427,58	28.945,11	28.728,90	10	11	11	11
Modena	30.817,12	30.274,76	29.798,46	29.462,89	9	9	9	10
Bologna	35.150,57	34.628,64	34.122,73	34.177,43	3	4	3	3
Ferrara	22.674,21	22.509,18	22.236,58	22.461,48	54	53	54	53
Ravenna	28.314,95	28.247,97	27.882,51	27.917,33	16	15	16	16
Forlì-Cesena	27.296,64	27.117,04	27.275,81	27.368,00	25	24	19	19
Rimini	26.703,82	26.412,97	26.066,72	26.031,64	29	29	31	32
EMILIA-ROMAGNA	**30.038,82**	**29.722,61**	**29.382,62**	**29.343,91**	**5**	**5**	**4**	**3**
NORD-OVEST	30.787,66	30.491,57	30.342,62	30.361,17	1	1	1	1
NORD-EST	29.050,48	28.759,84	28.413,70	28.622,26	2	2	2	2
CENTRO	27.823,37	27.508,00	26.801,62	26.293,11	3	3	3	3
SUD E ISOLE	16.057,73	15.961,10	15.522,29	15.256,01	4	4	4	4
ITALIA	**24.785,15**	**24.568,26**	**24.185,75**	**24.022,88**	**-**	**-**	**-**	**-**

(*) Per il 2014 la popolazione presa come riferimento è quella al 30 giugno 2014

Fonte: Elaborazioni Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat e Istituto Guglielmo Tagliacarne

Nella mia presentazione di oggi vorrei provare a fare quattro passi fuori dal tunnel e andare a vedere cosa si sta muovendo nel futuro.

Innanzitutto i cambiamenti demografici: la popolazione continua ad aumentare nel mondo. Se andiamo a vedere fra i paesi che hanno una maggiore dipendenza dalla popolazione anziana, l'Italia si colloca al 2°/3° posto. Quindi l'Italia è un paese per vecchi, ma soprattutto l'Emilia Romagna è un paese per vecchi; tra le regioni italiane, siamo tra quelle con la percentuale maggiore di anziani: nel 2035 arriveremo ad avere 27 anziani ogni 100 abitanti, 10 di questi avranno più di 80 anni e la popolazione crescerà solo grazie agli stranieri che aumenteranno sempre di più.

Secondo un recente studio elaborato da una società di formazione canadese, molte professioni del futuro saranno sicuramente legate proprio all'invecchiamento della popolazione.

Quindi professioni che cercheranno di studiare il movimento, gli effetti del movimento sull'invecchiamento; ci saranno guide sanitarie che diventeranno esperti per ricoveri ospedalieri, ma anche ricoveri domiciliari; ci sarà un terapeuta di fine vita, cioè un esperto che pianificherà le ultime fasi di vita di un uomo.

È chiaro che non siamo in grado di fare previsioni per tutto quello che verrà dal punto di vista economico, però la cosa di cui siamo certi è che Internet sarà veramente dappertutto, diventerà invisibile attorno, ma sarà veramente ovunque. Ci saranno miliardi e miliardi di sensori che collegheranno tutti gli oggetti e dialogheranno fra di loro; già oggi ci sono varie sperimentazioni, dalla sveglia che quando suona accende la macchina del caffè e scalda l'acqua della doccia; domani ci sarà la sveglia che suonerà dieci minuti prima se c'è traffico oppure ci avvisa se la macchina è in riserva e dobbiamo andare a fare rifornimento di benzina.

Sempre legato all'innovazione tecnologica e l'invecchiamento della popolazione, il tema dei robot: ci saranno robot che costeranno come un'utilitaria, parliamo di 7/8/10mila Euro, che oltre a fare le pulizie o cucinare, riusciranno a leggere anche il linguaggio del corpo, per cui si occuperanno di cura e benessere della persona.

Altro esempio di professione del futuro legata ai progressi dell'innovazione,

è quello dello scenografo dei ricordi: ci saranno, cioè, case di riposo in cui verranno costruiti dei percorsi sensoriali per far rivivere agli anziani i periodi più belli della loro vita e fargli comunque trascorrere in maniera virtuale dei momenti piacevoli basati sui loro ricordi.
Pensiamo a tutto quello che cambierà nel mondo della sanità: già vengono sperimentati dei tatuaggi fatti di sensori, che monitorano tutte le funzioni vitali, trasmettendone i valori in automatico al medico o all'ospedale.
Come cambierà il mondo dell'agricoltura: esistono già alcuni modelli di trattori e mezzi agricoli privi di guida, assistiti dal satellite e che sanno esattamente quale trattamento fare sul terreno grazie ad un'analisi chimica preliminare.
Il futuro, sicuramente, è anche quello di far coesistere innovazione e sostenibilità ambientale; ci saranno sicuramente grattacieli verdi che nasceranno nella città, fatti di orti, di giardini, con il contadino urbano che li coltiverà, ecc..
Per le automobili, questa ormai è una cosa abbastanza conosciuta, non ci sarà più bisogno del pilota; l'Audi ha annunciato che fra 2 anni metterà in commercio il modello Audi A8, dotata di pilota automatico: quindi parliamo veramente di un progetto che diventerà realtà a breve.
Il mondo delle stampanti 3D cambierà veramente il futuro del manifatturiero, ma cambierà anche le professioni, professioni che per riuscire a crescere dovranno sempre di più mettersi a contatto e a confronto con competenze completamente diverse: per esempio il fashion-designer, che sarà lo stilista e che dovrà fare i conti con nuovi tessuti e filati in grado di condurre energia di fibra ottica e micro batterie.
Ma le stampanti 3D non cambieranno solo il manifatturiero, cambieranno e stanno già cambiando anche tutto il settore dell'edilizia; ci sono già delle stampanti 3D in grado di costruire una casa in 20 ore. Tenete presente che effetto può avere questo di fronte a una catastrofe come un'alluvione o un terremoto, quando in una settimana si riuscirà a ricostruire, almeno provvisoriamente, una comunità.
Poi ci saranno tutte le professioni ovviamente legate al tema dell'urbanizzazione, che dovranno conciliare sostenibilità ambientale e cambiamenti demografici con la disponibilità economica dei cittadini. Tutto il tema del co-housing, del riuso creativo dei rifiuti.
Quali considerazioni dopo questa breve passeggiata nel futuro? Innanzitutto che in tutto quello che abbiamo visto c'è sicuramente molta innovazione tecnologica, costruita attorno ad una visione, quella di uno sviluppo sostenibile. Ma c'è anche molta innovazione relazionale: tutto nasce dalla capacità di persone con competenze diverse di condividere spazi, idee e collaborare su progetti comuni.
E alla base di tutto questo c'è un'innovazione culturale, un cambio di paradigma: dal possesso all'accesso. Non è più importante avere la proprietà delle cose o delle idee, quello che importa è potervi accedere.
A mio avviso, sono tre gli aspetti rilevanti. Il primo è che il futuro va verso modelli collaborativi che hanno nella reciprocità e nella mutualità i valori fondanti, nella specializzazione la modalità operativa. Il secondo pone il contesto locale, la capacità di creare un ambiente favorevole, al centro dello sviluppo. Il terzo riguarda la formazione; fondamentale essere competenti dal punto di vista tecnico, altrettanto fondamentale è sviluppare competenze trasversali, in particolare quelle relazionali e di comunicazione.
A ben vedere sono gli stessi aspetti che hanno caratterizzato il nostro modello di sviluppo nel passato, dai valori della cooperazione ai servizi su misura tipici dell'artigianato, così come la centralità del territorio e la qualità delle relazioni. Allora, probabilmente, per intercettare il futuro dobbiamo ripartire da qui, cercando di combinare questi aspetti in modo nuovo.
A mio avviso, dovremmo innanzitutto ripartire da noi: noi inteso in senso di comunità, perché è vero che la competizione si gioca a livello globale, ma si è competitivi come persone e come imprese, se si è all'interno di un contesto territoriale competitivo.
La seconda considerazione: ripartiamo dalle nostre competenze distintive, cioè ripartiamo da quello che sappiamo fare solo noi e sono tante le cose che sappiamo fare meglio degli altri; non parlo solo di prodotti o di servizi, ma parlo anche di tutto quell'insieme di relazioni informali che legano le imprese con altre imprese, con i lavoratori, con la comunità, che è veramente il nostro fattore distintivo, la nostra competenza distintiva.
Ed è una competenza che non può essere incorporata in un macchinario localizzato ovunque, non può essere scaricato da Internet, appartiene a noi.
Infine, la terza considerazione: a mio avviso, dovremo cercare di guardare fuori dall'Italia, perché fuori dall'Italia c'è un mondo che continua a crescere e cresce anche molto; allora dobbiamo riuscire ad accompagnare le nostre competenze distintive a cogliere queste opportunità esistenti nel mondo.
Dovremo cercare di costruire un percorso mantenendo assieme queste considerazioni, accompagnare le nostre competenze distintive nel mondo come sistema territoriale, portare a valore sul nostro territorio i cambiamenti che avvengono nel mondo, cercando di tenere assieme questi tipi di innovazione: innovazione tecnologica, innovazione relazionale, innovazione culturale.
Da qui si gioca la sfida per riuscire ad agganciare il futuro, per non pensare solo di arredare il tunnel, ma guardare anche un po' più avanti.

Il digitale valorizza i luoghi fisici: le opportunità per il Sistema Italia

di **Andrea Granelli**
Esperto di innovazione, web-economy e change management e presidente Kanso

Una delle cifre del momento attuale è che siamo all'interno di un vorticoso cambiamento e le sfide che si pongono sono di grande entità. Non si tratta solo dei grandi temi del cibo, del clima e dell'energia. Vi sono altre sfide – forse meno appariscenti di queste tre – che stanno già manifestandosi e che contribuiranno a plasmare il futuro della società e dell'economia.

Nove sono – a mio parere – i trend che caratterizzeranno – anzi già hanno iniziato a caratterizzare il nostro scenario competitivo, sociale e cultuale:

1. Aumento della complessità e dell'imprevedibilità del contesto in cui operiamo (il mondo VUCA)
2. Diffusione della Rivoluzione digitale: si smaterializzano le merci, si digitalizza qualsiasi cosa e il fisico si integra con il virtuale
3. Ripensamento dei processi produttivi resi possibili dall'Internet of Things e dalla stampa 3D e resi necessarie dal contenimento dei rifiuti prodotti
4. Mutamento della struttura demografica della società (occidentale)
5. Rivoluzione psico-antropologica
6. Ritorno della centralità e valore del territorio – smart cities, turismo, ... – e crescita delle tematiche ambientali
7. Avvento della nuova Middle Class del Terzo mondo, il cosiddetto BOP (Bottom Of the Pyramid)
8. Avvento della Stakeholder Society e centralità del valore condiviso (Shared Value e Sharing Economy)
9. Alcune mutazione negli stili di vita indotte dalla rivoluzione tecnologica.

Questi sono, naturalmente, il prodotto aggregato di molti micro fenomeni. Prendiamo ad esempio ciò che ho chiamato Rivoluzione psico-antropologica; fra i suoi numerosi determinanti vi sono – ad esempio – la dissoluzione della famiglia patriarcale, la crescita del potere del consumatore che dà maggiore centralità e valore dell'esperienza e maggiore importanza alla customer advocacy, la diffusione dell'uomo "liquido", l'uomo "senza confini" profetizzato da Bauman, l'emergenza dell'uomo senza età (i bambini che diventano subito adulti e gli adulti che non crescono, affetti dalla sindrome di Peter Pan), la diffusione virale dei comportamenti "tossici", legati a una "forte" dipendenza (droga, sesso, gioco d'azzardo, lavoro, ...) oppure la nascita della cosiddetta società a "intimità diffusa" dove ciascuno mette in piazza i propri fatti personali (successi, sfortune, colpe, ...). Oppure – nel caso delle mutazioni degli stili di vita indotte dalla rivoluzione tecnologica – vi sono nuovi comportamenti resi possibili (o addirittura indotti) da fenomeni come l'esplosione delle informazioni disponibili, l'aumento dell'importanza dell'accesso a scapito della proprietà, la diffusione pervasiva dei sistemi di sorveglianza e di monitoraggio. E – forse la dimensione più sconvolgente – dalle luci e ombre che si stanno formando grazie a un mondo iperconnesso (dove tutto è a distanza di click ma .... è anche facilmente "viralizzabile"; e ciò si applica ai fenomeni più vari: pensiamo ai virus informatici, ai blackout energetici, a malattie come l'ebola, ad animali infestanti come il "punteruolo rosso" che ha ucciso buona parte delle palme mediterranee…). Queste grandi trasformazioni vanificano, spesso, le conoscenze acquisite e i metodi consolidati (uno per tutti, l'innovazione incrementale). Anzi – con sempre maggiore frequenza – sono proprio i più esperti che si ingannano e fanno false previsioni. Tra i molti errori previsionali di questo tipo, uno dei più celebri appartiene al presidente di IBM Thomas Watson e venne da lui formulato nel 1943: «credo che nel mondo ci sia mercato per ... mah, direi 5 computer».

In questo già complesso scenario si in-

serisce la rivoluzione digitale. Dei suoi benefici, delle sue meraviglie, delle sue promesse sono stati versati fiumi di inchiostro. Esiste però una dimensione problematica – un lato oscuro – che sta piano piano emergendo e di cui troppo poco si parla. Il tema è naturalmente delicato e complesso e va pertanto inquadrato e compreso in maniera non preconcetta ma all'interno delle più generali dinamiche dell'evoluzione tecnologica e quindi nella sua articolazione e complessità; ciò per restituirne la ricchezza, l'applicabilità diffusa e anche la sua fascinosità, persino nelle dimensioni più criticabili.

Non basta infatti minimizzare o esorcizzare il lato oscuro per contrastare il crescente sospetto nei confronti delle Rete e delle sue potenti tecnologie e soprattutto il timore che le sue promesse – spesso enfatizzate e generalmente accettate acriticamente – non possano essere mantenute. Il tema non è recente ma – nell'ultimo periodo – la sua rilevanza è cresciuta con vigore. Le inesattezze e falsificazioni di Wikipedia, il potere sotterraneo e avvolgente di Google, la fragilità psicologica indotta dagli universi digitali, il finto attivismo politico digitale svelato dall'espressione "click tivism", il diluvio incontenibile della posta elettronica, il pauroso conto energetico dei data center, i comportamenti "scorretti" dei nuovi capitani dell'impresa digitale, oltre ai più frequentati temi legati alla sicurezza e alla privacy sono solo alcuni dei problemi che stanno emergendo, con sempre maggiore intensità e frequenza.

Non parliamo di rigurgiti tecnofobici, ma di fatti concreti che incominciano a minacciare le solidità aziendali. Prendiamo, ad esempio, l'energia. il New York Times ha denunciato che i datacenter hanno consumato in un anno 30 miliardi di watt di elettricità a livello mondiale, quanto l'energia prodotta da 30 centrali nucleari. DatacenterDynamics stima inoltre che questo consumo crescerà del 20% anno su anno. Questi numeri sono ancora più inquietanti se misuriamo la ridondanza e "sporcizia digitale" presente sulla Rete: secondo IDC, il 75% del mondo digitale è una copia mentre ICF International stima che già nel 2009 la "posta-pattumiera" rappresentava il 97% di tutte le mail in circolazione (62.000 miliardi di messaggi). D'altra parte il grande filosofo Paul Virilio ha osservato che «la tecnologia crea innovazione ma anche rischi e catastrofi: inventando la barca, l'uomo ha inventato il naufragio, e scoprendo il fuoco ha assunto il rischio di provocare incendi mortali». La dimensione problematica è quindi costitutiva dell'innovazione, ne è sempre il suo speculare; per questo bisogna parlarne, bisogna analizzarla e bisogna studiarne in maniera anticipata i contro-rimedi. Altrimenti, quando la criticità emerge con vigore a spiazzare e disorientare, è molto più difficile da contrastare.

Fatte queste dovute premesse, il digitale è comunque una straordinaria opportunità, anche (e forse in alcuni ambiti soprattutto) per l'economia italiana.

Ma per cogliere queste opportunità servono naturalmente competenze adeguate e, soprattutto, va adottato un approccio corretto e coerente con la poliedricità del fenomeno digitale. Bisogna infatti rileggere correttamente (con discernimento) questa rivoluzione. Quattro sono i punti di vista da adottare che possono facilitare questa rilettura:

- Il digitale non è solo multicanalità: è un modo nuovo di interpretare la banca; non sostituisce attività e canali ma li reinterpreta
- Il digitale non è solo automazione e standardizzazione: il "nuovo digitale" aiuta a enfatizzare diversità più che creare omologazione
- Il digitale non è solo virtualizzazione e relazioni spersonalizzate: apre spazi interessantissimi sulla gestione delle informazioni e soprattutto delle relazioni (la cui dimensione digitale va vista come complemento e non come sostituzione della relazione faccia-a-faccia)
- Il digitale non è solo "cosa da ricchi e potenti": il "nuovo digitale" è più per i "piccoli" che per i grandi" (basta vedere cosa sta succedendo nel caso artigiano o del commercio al dettaglio).

Vi sono allora quattro direttrici di intervento, quattro ambiti dove – adottando l'approccio coerente con le specificità del fenomeno digitale sopra accennato – si possono creare processi virtuosi che genereranno valore economico, sociale e culturale:

1. Il (rinnovato) valore dei luoghi nell'Era della Rete
2. La rivoluzione del modo di lavorare: eLeadership e Smart work
3. eCommerce, FabLab e Iot: la rinascita della cultura artigiana
4. «Smart Land»: il digitale entra in agricoltura.

Di queste direttrici, la prima – il (rinnovato) valore dei luoghi nell'Era della Rete – è stata anche scelta come titolo dell'intervento perché rappresenta non solo un grande potenziale per l'Italia – famosa in tutto il mondo per la bellezza e unicità dei suoi luoghi – ma anche perché contrasta una falsa credenza che ha accompagnato e guidato per molto tempo la rivoluzione digitale: la fine del valore dei luoghi e la "morte della distanza".

Il digitale non è più solo strumento di automazione, di virtualizzazione, di remotizzazione. Se osserviamo cosa sta capitando non solo nell'uso delle tecnologie per valorizzare ed "aumentare" l'esperienza di fruizione dei beni culturali ma anche come il digitale viene utilizzato nei negozi di prossimità, scopriamo che l'uso è non solo molto innovativo ma anche molto efficace e anche l'eCommerce – un tempo visto come il grande nemico del negozio fisico – ne diviene un valido alleato. E allora il digitale non sostituisce il luogo fisico con un sua rappresentazione virtuale ma consente di monitorare e supportare decisioni sul punto vendita, di rafforzare esperienza nel luogo fisico, di estendere offerta e servizi nel tempo e nello spazio, di rafforzare relazione e coinvolgimento dei clienti e soprattutto di ridefinire ed estendere il ruolo ed uso dello spazio.

Mai dunque previsione fu più sbagliata.

Dai video 3D al biologico, parlano gli imprenditori

MARIANNA PANEBARCO
PANEBARCO & C. S.A.S.
"Amiamo definirci Bottega Multimediale e sforniamo storie da vent'anni"

Daniele Panebarco, autore di fumetti, fonda la Panebarco & C., immaginandola come "una divertente e multiforme bottega dove col tempo i miei figli avrebbero potuto realizzarsi coltivando ognuno le proprie vocazioni e attitudini". Successivamente, nell'era dei cd-rom, inizia la sfida di raccontare storie non più attraverso carta e matita, ma servendosi dei nuovi potenti mezzi a disposizione e soprattutto di rendere il fruitore da semplice lettore a protagonista delle storie narrate. La piccola bottega multimediale per anni si occupa quindi dello sviluppo di cd-rom interattivi.
Con la crisi del cd-rom, causata in parte dalla pirateria, in parte dall'avvento di internet, la Panebarco & C. si rinnova puntando sul settore dei beni culturali: vantando una forte specializzazione nella modellazione 3D, nel 2002 inventa un player per la navigazione interattiva in tempo reale nel 3D di edifici storici, musei, monumenti e siti archeologici. Con questo sistema vengono realizzati più di 50 progetti per clienti pubblici e privati.
Oggi l'azienda sviluppa principalmente video clip promozionali per aziende ed enti pubblici, video 3D e 2D divulgativi, video e cortometraggi animati per campagne di sensibilizzazione sociale, privilegiando in molti casi l'utilizzo di grafica 3D.
Con il tempo, quindi, l'estro e le competenze del fondatore iniziano a fondersi con le diverse specializzazioni dei tre figli; la bottega si rinnova e, coordinando un pool di artisti e professionisti esterni, seguono lo sviluppo di spot pubblicitari, rendering, videoclip, immagini 3D, cartoon, trailer, modelli 3D, videogiochi per bambini, infografiche, animazioni 3D.
In passato si sono dedicati allo sviluppo di giochi e avventure interattive, enciclopedie e atlanti multimediali; hanno sperimentato soluzioni virtuali per i beni culturali e applicazioni di real time 3D. Oggi sono principalmente focalizzati sullo sviluppo di cartoni animati e video in grafica 2D e 3D; video brevi, infografiche animate; video promozionali con la funzione di presentare aziende, spiegare prodotti, lanciare nuovi servizi; video educativi di sensibilizzazione o video virali da condividere sui social; realizzano anche post-produzione ed effetti speciali per spot e programmi televisivi.
"E poi accettiamo sfide, sfide creative di ogni genere perché ci piace metterci alla prova, sperimentare, innovare".

MARCO ZAMMARCHI
LUMA COMMUNICATION
"Per ogni persona ci saranno 6,6 oggetti collegati ad Internet: da Internet dei Social, ad Internet delle cose (Internet of things) "

Luma Communication nasce nel 2014 (la prima azienda nasce nel settore della fotografia e video professionale) come start-up nel settore del business su Internet dall'esperienza pluriennale di imprenditori specializzati nel settore della tecnologia internet, fin dagli albori della sua esistenza. Provenendo da settori diversi, ma nei quali hanno applicato le stesse regole del web marketing e del e-business, oggi sono in grado di poter offrire servizi di marketing e vendita sfruttando i moderni canali online ottenendo risultati straordinari in termini di crescita del business.
"Nasciamo a Ravenna, ma siamo abituati a lavorare in tutta Italia ed estero. Le nostre competenze infatti e il nostro lavoro ben si adattano ad un mondo globalizzato: creiamo grandi opportunità nel mare di Internet".
L'azienda si occupa di sviluppare il bu-

siness delle aziende online, attraverso consulenze mirate per trasferire i processi di vendita e marketing su nuovi strumenti di comunicazione che hanno rivoluzionato il rapporto fra fornitore e cliente; fornisce servizi di marketing online su Social Network e Google, sviluppo di siti internet, di e-commerce, pronti per essere visionati da dispositivi mobili; ma anche soluzioni tecnologiche che abbinano esperienze offline (esempio: acquisto di un prodotto in negozio) con informazioni online (Beacon technology and applications) in ottica dell'arrivo della nuova "Internet delle cose" in cui tutto sarà connesso, disponibile e "visibile" interattivamente grazie, ad esempio, ai Google Glass. Oggi esiste l'Internet dei Social (Social Internet), e già 28 milioni di Italiani si collegano abitualmente ai Social Network per 2 ore e 30 minuti al giorno, domani ci sarà l'Internet delle cose.
Il mobile commerce, quale naturale successore dell'e-commerce, ha un'enorme attrattività perché in grado di connettere, ad esempio, gli esercenti direttamente con i loro clienti e di farli venire a conoscenza dei gusti e delle preferenze di questi ultimi; oppure il consumatore trarrà un vantaggio dal ricevere informazioni sui prodotti che altrimenti perderebbe, ad esempio all'interno di grandi centri commerciali, durante le fiere o gli eventi, in aree molto affollate, ecc...

MATTEO FANTINELLI
LUNE BUONE S.N.C.
"Biologico ed e-commerce: una crescita condivisa - Dal campo a casa del cliente in poche ore e pochi km, in tutta trasparenza e tracciabilità."

Secondo le stime di FederBio, Federazione italiana agricoltura biologia e biodinamica, questi sono i numeri del mercato biologico italiano nel 2014: un giro d'affari di 2,6 miliardi, in cre-

scita dell'8% rispetto al 2013; 220.000 occupati in Italia; il 61,3% degli agricoltori bio ha meno di 55 anni; il 50% dei produttori ha un'elevata scolarizzazione; il 55% dei produttori utilizza internet.
Il settore biologico è in costante crescita dal 2008, in totale controtendenza rispetto al resto dell'agroalimentare; si tratta però di un mercato sottosviluppato rispetto alle sue potenzialità: più del 30% dei consumatori sarebbe intenzionato ad acquistare prodotti biologici ma in molte zone d'Italia è ancora molto difficile trovare una distribuzione adeguata.
Anche l'e-commerce continua a crescere: ormai radicato come canale d'acquisto, nel 2014 ha registrato un incremento dell' 8% con un fatturato di circa 24,2 miliardi di euro; +59% la crescita degli e-commerce bio nel periodo 2010/2014.
Lune Buone è un progetto nato a Faenza nel 2013, con lo scopo di dare vita nel territorio romagnolo ad una filiera agricola corta, indipendente ed autonoma, attraverso cui i prodotti della terra, coltivati in modo biologico ed artigianale, vengono raccolti giorno per giorno e portati freschissimi a casa dei clienti. Il modello adottato quindi è: Biologico • Stagionale • Km Zero.
Biologico: perché è una scelta inevitabile per chi desidera qualità e naturalezza dei prodotti, salute, rispetto dell'ambiente e degli animali.
Stagionale: solo frutta e verdura di stagione, coltivata localmente, per recuperare i sapori che la terra ci propone in ogni diversa stagione.
Kilometro zero: servizio da Bologna a Rimini con base logistica a Faenza.
Si incentiva quindi, per i produttori, lo sviluppo di una imprenditoria agricola di qualità; si incentivano l'economia territoriale e la trasparenza di filiera; per il cliente, si incentiva il miglioramento della qualità della vita, partendo da una alimentazione corretta e da un consumo etico.

FABRIZIO SCHEDA
SKEDA.COM S.A.S.
"Come nella musica è il silenzio fra le note che ci fa percepire la melodia, così è il silenzio che circonda i "rumori" della comunicazione che ce li fa cogliere e che dà loro un senso"

Piccola realtà artigiana nata nel 1985, Skeda.com si occupa prevalentemente di consulenza strategica, comunicazione e marketing, fornendo anche servizi di comunicazione tradizionali e digitali a 360° (ha anche una casa di produzione video e audio). Da 30 anni opera con aziende appartenenti a vari settori di attività e si affianca alle aziende per le loro necessità, seguendole ed aiutandole a gestire una complessità di scenari sempre più incerti, in cui è indispensabile trasformare il rischio in

opportunità, cercando sempre di farlo in modo semplice e sostenibile, scegliendo, per offrire sempre di più, di fare network con altri partner di qualità. Ha percorso le strade dell'innovazione fin dall'inizio: 30 anni fa con l'utilizzo della rivoluzione digitale di quegli anni, quando il più potente e performante PC, l'M24 della Olivetti, era appena giunto sul mercato e un Hard Disk da 10 Mb (che era un "imponente" sistema di storage) costava oltre 7 milioni di vecchie lire, circa 2 milioni in più di una Fiat 126 e poco più della nuova Panda 750. È stata la seconda in Italia a fare design editoriale su PC, scrivendo in stringhe-codice per dar forma al testo che si voleva rappresentare, anticipando quelli che poi sarebbero diventati, su Windows e su Apple, i programmi di grafica digitale, attraversando, assieme ai clienti, un processo di evoluzione della comunicazione e delle relazioni che in 30 anni non ha eguali in ogni epoca della storia dell'uomo.

Aiutare le aziende di fronte al cambiamento forzato che il mercato oggigiorno impone, causato dalla globalizzazione e della digitalizzazione, e aiutarle a governarlo, è la mission di Skeda.com, cercando, allo stesso tempo, di promuovere una cultura della comunicazione in tutta l'organizzazione aziendale e di offrire soluzioni che raggiungano risultati nel più breve tempo possibile, ma con una visione condivisa di lungo periodo.

"In realtà – conclude Fabrizio Scheda, titolare di Skeda.com - come nella musica è il silenzio fra le note che ci fa percepire la melodia, così, anche per tutto quello che ascoltiamo è il silenzio che circonda i "rumori" della comunicazione che ce li fa cogliere e che dà loro un senso. Se per ansia di emergere incrementiamo ogni suono, ripetendolo di continuo senza pause, non riusciremmo neanche a capirne il valore; sarebbe un frastuono, un fracasso fastidioso. Questo silenzio è il cuore con cui facciamo impresa, mercato, le cose: a me interessa ancora ascoltarlo con chi ci sta, con chi vuole prendersi questo affascinante rischio imprenditoriale".

Gigante: "Guardare al futuro con passione"

di **Natalino Gigante**
Presidente CCIAA di Ravenna

Concludo i lavori della 13a Giornata dell'Economia con alcune riflessioni.

Quindici, venti anni fa i nostri atteggiamenti erano completamente diversi: nell'approccio, nell'ascoltare, ma, connessi a quanto avevamo (chi l'ipad, chi l'iphone) ci si ascoltava, ci si cercava.

Oggi attraversiamo una fase che io non definirei soltanto di cambiamento, ma di costante, continuo cambiamento. C'è chi in passato ha parlato di rivoluzioni costanti e c'è chi ha avanzato ipotesi di cambiamenti momentanei: non c'è dubbio che noi siamo in una situazione del tutto nuova, non decifrabile o traducibile in termini di tempo conclusivo.

E quanto oggi pomeriggio abbiamo avuto modo di ascoltare, soprattutto dalle relazioni di Granelli e di Caselli, ci permette di comprendere che siamo soggetti attori di una fase estremamente complessa, in cui guardare al futuro con passione, con capacità di progettualità, ma, soprattutto, con attenta preoccupazione.

Se guardiamo gli assetti produttivi del nostro paese, noi siamo un paese manifatturiero con un sistema industriale molto polverizzato. Chiaramente i grandi processi di cambiamento vanno ad influire su un sistema produttivo che ha determinate caratteristiche; bisognerà quindi vedere, in prospettiva, come le nostre imprese, come ognuno di noi reagirà a questo contesto.

La sfida è affascinante, ma nello stesso tempo va vissuta anche con preoc-

cupazione, perché la competizione, non c'è dubbio, ci pone in un alveolo diverso da quello a cui eravamo abituati in passato, ci conduce a superare i limiti del confine territoriale.
In questi giorni ho avuto modo di guidare una delegazione ravennate in Bosnia, a Banja Luka; non mi sarei mai immaginato di entrare, nei pressi di Banja Luka, in uno stabilimento termale meraviglioso, con una attrezzatura estremamente sofisticata e con un livello di accoglienza all'avanguardia: il cliente già all'arrivo viene sottoposto a visita medica, con il supporto di documentazione che può essere comunicata antecedentemente, anche via internet. Ma quello che mi ha davvero colpito è che in un paese così povero come la Bosnia sia nato un gioiello competitivo sui mercati internazionali, con una clientela non soltanto bosniaca, ma anche austriaca, tedesca, rumena, slovena, croata ... Anche nel segmento "servizi" gli attuali cambiamenti stanno producendo dimensioni di lavoro completamente diverse rispetto al passato.
Per quanto riguarda le esperienze fatte dalla Camera di commercio di Ravenna negli ultimi anni, abbiamo voluto offrire un mix di riflessioni di carattere culturale da una parte e, dall'altra, fornire esempi concreti di agire di impresa.
L'abbiamo fatto con il settore industriale, con il mondo dell'agricoltura, con l'imprenditoria femminile lo scorso anno, e l'abbiamo fatto, oggi pomeriggio, con imprese considerate "piccole aziende" per capacità dimensionale, ma non certo per capacità progettuale.
Ritengo che questo mix di effetti di carattere culturale ed effetti di carattere imprenditoriale - l'agire di impresa - sia la strada vincente per poter utilizzare al meglio riflessioni come quelle di oggi pomeriggio e credo che la Camera di commercio anche nei prossimi anni proseguirà su questa strada.
Nel 2016 dedicheremo la nostra attenzione al movimento cooperativo, un segmento economico che attraversa trasversalmente il sistema imprenditoriale ravennate, dal mondo dell'agricoltura al mondo dei servizi, a quello del commercio, a quello dei trasporti; l'anno prossimo dedicheremo un'esperienza specifica al movimento cooperativo per sottolineare che stiamo cercando, come Camera di commercio, di seguire non solo gli aspetti legati alle difficoltà congiunturali che stiamo vivendo attraverso iniziative di sostegno al credito, ma stiamo anche sviluppando attività legate all'internazionalizzazione, e, soprattutto, stiamo cercando di essere soggetti attivi in termini di innovazione. Che è quello che, sostanzialmente, in questi anni le imprese ci chiedono.
Gli interventi camerali a favore dell'innovazione: ricordo, negli anni scorsi, i bandi e i contributi orientati sulla banda extra large, mentre in futuro verteranno anche sulla tematica della digitalizzazione nel nostro territorio.
Penso però che strategia competitiva ed efficacia operativa debbano essere coniugati nell'ambito di un "rinascimento manifatturiero" accompagnato da una necessaria politica industriale che stimoli ricerca, innovazione, internazionalizzazione per favorire il raccordo tra industria, servizi, finanza, cultura e formazione. Il rischio, altrimenti, è di rimanere fuori dai termini concorrenziali e competitivi di carattere globale.
Credo che sia questo lo spirito con cui l'ente camerale sta affrontando la situazione. Con notevoli difficoltà, però, perché siamo consapevoli di trovarci in una fase di trasformazione effettiva del ruolo delle Camere di commercio. Auspichiamo che entro giugno (o al massimo luglio) si concluda il dibattito parlamentare alla Camera e si configurino finalmente le funzioni ed i ruoli di prospettiva delle Camere di commercio. Anche noi infatti, come stanno facendo le imprese, stiamo cercando di guardare attentamente a quello che ci circonda e nel contempo di trovare soluzioni innovative e nuove, ben consapevoli che fino ad oggi non siamo rimasti fermi. Abbiamo infatti cercato di mantenere vive, nonostante le difficoltà finanziarie, tutte le attività che le Camere hanno fatto in questi anni a sostegno delle imprese.
Voglio fare un esempio "lampante" che ho già fatto in numerose occasioni quando si parla di innovazione nel nostro paese, perché il ruolo delle Camere non si configura per quello che dovrebbe effettivamente essere: la politica spesso è molto disattenta rispetto a quali sono le funzioni di questi enti così importanti per il sostegno delle imprese.
Ecco l'esempio "lampante": parliamo di forte spinta alla digitalizzazione delle nostre imprese, del rapporto con la pubblica amministrazione, di quelli che sono sostanzialmente gli effetti collaterali, ma per la firma digitale noi Camere di commercio eravamo già pronte, se non erro, già otto, nove, dieci anni fa; invece un buon 60% di noi utilizza ancora le carte d'identità vecchie, rinnovate fino al 2016-2018 ed oltre.
Persino le patenti che abbiamo nei nostri portafogli, hanno ancora il bollino di rinnovo che ci viene inviato dalla Motorizzazione per la convalida per gli anni successivi.
Da una parte, quindi, c'è il sistema camerale, che si è posto il problema della firma digitale già negli anni passati, configurando un nuovo rapporto fra imprese e pubblica amministrazione; dall'altra parte abbiamo, invece, una pubblica amministrazione che risente di annosi ritardi.
Dobbiamo essere tutti coscienti che siamo attori di una stagione di cambiamento costante e che questa è la strada che dobbiamo necessariamente percorrere. Dotati al più presto, possibilmente, degli strumenti indispensabili per percorrerla agevolmente e in tempi rapidi.

Questione di numeri.

locali pubblici in cui è distribuito:
(HDQ High Diffusio Quality)

750

cinema multiplex in distribuzione esclusiva:
(CinemaCity/ Astoria Ravenna)

2

lettori stimati a settimana:

35.000

alberi abbattuti per stampare 24weekly:

0

esce il mercoledì, in HDQ, la diffusione di alta qualità che rispetta persone e ambiente.

La Natura ringrazia

* DATI UFFICIO STUDI EDIT ITALIA

il free press di fotonotizie più diffuso di Ravenna e Provincia

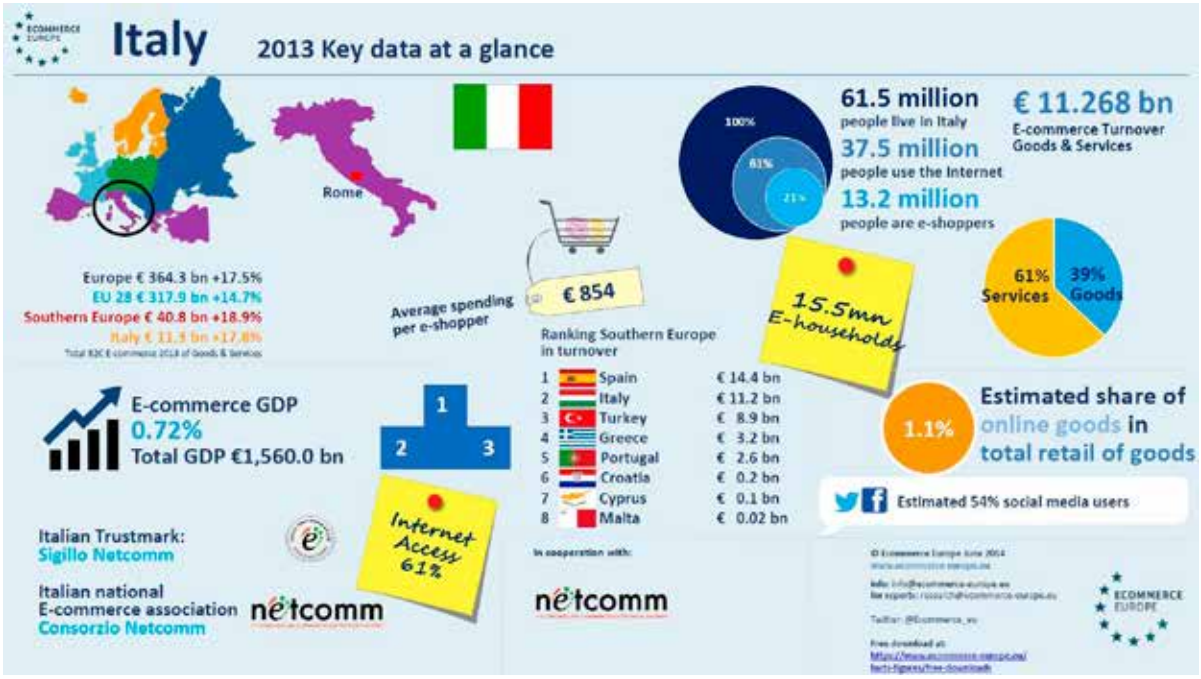
Tutti a comprare sul web idee per il futuro?

di Giovanni Casadei Monti
e Cinzia Bolognesi*

E-commerce, info-commerce, strategia multicanale, market place, net-economy: prima o poi ogni impresa dovrà approfondire questo linguaggio e confrontarsi con il mondo digitale che si sta espandendo e crescendo.
In generale, gli acquisti on line rappresentano solo un aspetto del mondo digitale e non è quello preponderante: gli interessi, gli hobby, le relazioni interpersonali costituiscono la fetta principale di questo mondo sempre più virtuale. La sfida, per chi vuole vendere sul web, sarà quella di inventare il canale più appropriato per agganciare la vendita di prodotti e servizi agli interessi personali e ai rapporti sociali in Rete.
L'e-commerce in Italia è in continuo sviluppo, malgrado il nostro Pil negativo. Dopo la crescita a due cifre nel 2014, anche per il 2015 si prevede un incremento del 15%, per un valore di mercato che supererà i 15 miliardi di euro[1] ma quello italiano rimane un piccolo mercato on line: è solo un decimo di quello britannico e l'italiano che compra su Internet spende, in un anno, circa un terzo rispetto a un inglese[2]. Il comportamento dell'acquirente italiano è in evoluzione, senza escludere a priori il classico negozio o l'acquisto in Rete. In base ai dati pubblicati nel 2014 da Ecommerce Europe, riferiti al 2013, il 61% degli italiani usa Internet e uno su tre fa acquisti in Rete (il 21%).
Un dato interessante è rappresentato dal 40% degli utenti italiani di Internet che usa la Rete per cercare

Alternanza scuola lavoro: un progetto di diffusione della firma digitale

La Camera di commercio di Ravenna in collaborazione con la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Bologna, corso di laurea Operatore Giuridico di impresa - sede di Ravenna - nell'ambito delle azioni promozionali intraprese per diffondere la conoscenza della firma digitale, ha promosso, fin dall'anno accademico 2003/2004, l'attivazione di un progetto didattico decisamente innovativo, del quale, ad oggi, non risultano altre sperimentazioni in campo nazionale.
La Camera di commercio di Ravenna ha da sempre ritenuto che lo sviluppo della formazione di livello universitario possa considerarsi una solida base per la creazione di nuove imprese e per la crescita di quelle già consolidate sul territorio.
Il progetto si articola in una serie di macro-attività, il cui obiettivo principale, oltre allo scopo didattico, è quello di diffondere l'uso e la conoscenza dello strumento, partendo dalla formazione universitaria su figure professionali (operatori giuridici per l'impresa) destinate ad attuare la propria attività lavorativa in azienda e per l'azienda.
A testimonianza della buona riuscita dell'attuazione del progetto, il Consiglio dell'Università del corso di laurea Operatore Giuridico di Impresa dall'anno accademico 2004/2005 approvò appositamente per questo progetto didattico l'attuazione di un seminario formativo a frequenza obbligatoria da 2 crediti, perchè si rese conto del valore dello stesso e del fatto che è divenuto un momento di incontro tra il mondo universitario e il mondo dl lavoro, con l'obiettivo di realizzare la massima diffusione della conoscenza e



informazioni e confrontare prezzi - è l'info-commerce - prima dell'acquisto, che poi verrà fatto o in un negozio online, oppure anche presso il negozio tradizionale.
Nel futuro non si prevede una guerra tra il negozio on line e quello fisico; sarebbe inappropriato chiedersi se il sistema dell'e-commerce soppianterà il tradizionale sistema di commercio.
Occorrerà, invece sviluppare nuove strategie dove il mondo digitale supporterà il classico modo di fare acquisti e il negozio rimanderà al mondo digitale per approfondimenti, informazioni e comparazioni. La compenetrazione tra i due mondi, quello digitale e

> “Il digitale supporterà il classico sistema degli acquisti in negozio”

dell'uso degli strumenti telematici, come "cultura" per i futuri operatori economici.
Il seminario si articola in un incontro didattico dal tema "La firma digitale e i servizi camerali", nel rilascio, gratuito, ai primi 15 studenti iscritti al seminario della CNS della Camera di commercio di Ravenna, comprensiva della firma digitale, in una visita guidata al Servizio Registro delle Imprese con lezione in loco e di una esercitazione pratica della CNS e della posta certificata (Legal mail).
Questa esperienza, che avvicina il mondo del lavoro all'Università e nel corso degli anni si è evoluta ed affinata raggiungendo un discreto successo con grande soddisfazione di tutti i soggetti coinvolti (corpo docenti, studenti, funzionari della Camera di commercio e Infocert che collabora per la realizzazione del progetto) è stata ripresa anche da Rai3, che nel corso del TG3 regionale (radio il 20/5, tv il 3/6) ha effettuato un approfondimento.
La Camera di commercio e l'Università si impegnano a proseguire il progetto nei prossimi anni accademici con la convinzione che la diffusione della conoscenza e dell'uso degli strumenti telematici, della Carta Nazionale dei Servizi e della Posta Elettronica Certificata, permetterà agli studenti di entrare più preparati nel mondo imprenditoriale.
La Camera di commercio, inoltre è fermamente convinta che con questi strumenti si possa raggiungere l'obiettivo di progressiva semplificazione amministrativa, in particolare per la creazione di nuove imprese, oltre che per la crescita delle aziende già consolidate sul territorio.
Questa alternanza "scuola-lavoro" ha dato la possibilità ad alcuni studenti di collocarsi più agevolmente e con una preparazione specifica e tecnica presso aziende, associazioni di categoria e pubbliche amministrazioni.

www.
veloannuncio.it

quello tradizionale, diventerà presto una necessità che sta ricevendo già un grande impulso dall'uso quotidiano dei device mobili, cioè degli smartphone e dei tablet.
In Italia, sui 40 milioni di italiani che possono accedere a Internet, oltre la metà – 21,2 milioni – sono utenti giornalieri online[3]. Fino al 2012 l'accesso era esclusivamente tramite PC; nel 2013 c'è stato un calo del 7,7% e nel 2014 si è affermato il primato del mobile nella fruizione quotidiana di Internet. Sul fronte degli acquisti, in Italia il mobile commerce sta diventando un aspetto considerevole dell'e-commerce: secondo Nettcomm – il Consorzio nazionale che ha l'obiettivo di favorire la crescita e la diffusione del commercio elettronico in Italia e rappresenta il nostro Paese in Ecommerce Europe – la crescita prevista del mobile commerce sarà del 68% nel 2015, dopo aver già registrato un +78% nel 2014: si tratta di un mercato di 1,8 miliardi di euro nel 2015, triplicato rispetto al 2013. L'incremento è destinato a prolungarsi nel tempo, se valutiamo i comportamenti delle giovani generazioni: i 18-34enni usano device mobili per la metà del tempo in cui si collegano online (52%), mentre il 91% degli utenti tra i 18 e i 24 anni ha una forte propensione all'uso esclusivo dei device mobili per accedere a Internet durante la giornata. Più in generale, se nel mese di marzo 2014, 25 milioni di italiani, tra i 18 e i 74 anni hanno usato strumenti digitali per collegarsi a Internet, 17,2 milioni di utenti hanno usato solo smartphone e tablet per accedere alla Rete[4].

E le imprese?
Disponibilità di infrastrutture telematiche e propensione all'innovazione sembrano essere i temi chiave. Nel nostro territorio il ricorso a Internet e alle tecnologie Ict tra le imprese negli ultimi anni è progressivamente aumentato. Secondo i dati del rapporto regionale sull'innovazione 2014, realizzato da Unioncamere su 1600 imprese regionali e recentemente presentato da Eurosportello, ancora nel 2008 l'8.8% delle imprese regionali intervistate dichiarava di non avere nessuna connessione a Internet, mentre nel 2014 la percentuale si è ridotta allo 0,8%.
Tra le imprese tuttavia solo il 16% del campione ha dichiarato di aver utilizzato nel 2014 i servizi via web per la vendita di prodotti e servizi, anche se il dato è in aumento rispetto al 2013.
Prevalgono ancora operazioni più tradizionali o legate all'attività ordinaria dell'azienda, anche se ugualmente utili, come la gestione delle operazioni bancarie, la ricezione e invio di fax via Internet e la digitalizzazione dei documenti.
Secondo la maggior parte delle imprese però il commercio elettronico è considerato una delle attività che potrebbe trarre maggiore giovamento dalla presenza di un collegamento veloce con banda ultra larga (100 Mb/s), sul quale, come è noto, il nostro Paese sconta ancora una condizione di 'digital divide' rispetto ai principali Paesi europei.

> “Per ora prevalgono operazioni tradizionali, solo il 16 per cento utilizza il web per le vendite”

Inoltre l'indagine mette chiaramente a fuoco come l'utilizzo di un sito Internet aziendale a elevata interazione, che non rappresenta cioè solo una semplice vetrina ma consente la possibilità di interagire tramite blog, forum, nuovi device e svolgere attività di commercio elettronico, è ancora relativamente poco diffuso tra le imprese.
Tuttavia, quando questo avviene, sono le imprese più aperte ai mercati, maggiormente internazionalizzate e che sviluppano prodotti o servizi innovativi a essere più virtuose.
Una propensione più spiccata all'utilizzo delle tecnologie web per sviluppare relazioni commerciali di vendita si riscontra inoltre nelle aziende legate all'industria creativa, delle arti, del turismo e dell'istruzione.
Per un'azienda che già opera con l'estero, non è inoltre sufficiente pensare di organizzare un sito multilingue di e-commerce per implementare le vendite. La strategia va ripensata, insieme all'organizzazione del magazzino e della logistica; la fiducia da parte del cliente e-shopper diventa un valore fondamentale che non va mai trascurato.
All'estero cosa succede? Siamo già nell'era dell'internazionalizzazione dell'e-commerce? In Europa i negozi e-commerce sono oltre 700.000[5], principalmente in Gran Bretagna, Germania e Francia e l'Italia rappresenta un mercato di approdo. È opportuno, però, considerare il peso di alcuni marketplace nell'e-commerce. Amazon e E-bay sono, ad esempio, marketplace, termine inglese che letteralmente tradotto significa 'luogo di mercato': si tratta di siti internet di intermediazione per la compravendita

I CALENDARI PIÙ BELLI DELLA TUA CITTÀ

CALENDARI 2016

Cesena - Forlì - Imola
la provincia di Ravenna
Ravenna - Rimini

Eleganti calendari da collezione, con grandi e pregevoli foto d'epoca.

Un raffinato viaggio nella storia della tua Città.

Un piccolo, ma prezioso regalo, per te o per chi vuoi.

nelle edicole della Tua Città

€ 8,00

Edizioni a tiratura unica limitata da collezione

Calendario Storico l'Italia com'era - collana 2016

Ancona - Bologna - Cesena - Ferrara - Firenze - Forlì - Imola - Modena - Padova - Perugia - Pesaro - Ravenna - La provincia di Ravenna - Rimini - Rovigo - San Marino - Treviso - Venezia - Verona - Vicenza

Archivio Italiano Cartoline Postali Storiche

info:
segreteria@aicps.it

di beni o servizi. Il mercato e-commerce britannico viene preso ad esempio a livello mondiale e in Gran Bretagna Amazon, E-bay e Tesco rappresentano un terzo di questo mercato on line.
La scelta di proporre i prodotti tramite marketplace è spesso il primo passo per un'impresa che vuole iniziare a sperimentare il commercio elettronico, prima di impostare un proprio sito di e-commerce.
Questi temi, insieme agli aspetti doganali, contrattuali e fiscali dell'e-commerce internazionale, sono stati scelti dall'Azienda Speciale SIDI Eurosportello della Camera di commercio di Ravenna per un percorso formativo per le imprese, dedicato all'e-commerce internazionale (vedi programma nel box).
Sarà proposto a partire dal prossimo mese di settembre, perché è importante che le aziende conoscano questa nuova modalità di fare mercato e facciano, in base alle premesse evidenziate, la scelta consapevole e strategica di farne parte oppure no.

*Azienda Speciale SIDI-Eurosportello
Cciaa Ravenna*

1 - Fonte: Netcomm eCommerce Forum, X edizione del 21.4.2015
2 - Fonte: Ecommerce Europe 2014
3 - Fonte: Audiweb Database, dati Settembre 2014 – Audiweb powered by Nielsen
4 - Fonte: Elaborazioni Audiweb 2014
5 - Fonte: Ecommerce Europe: giugno 2015

Ciclo di Seminari su:
l' E-Commerce Internazionale

Camera di commercio, Viale L.C. Farini, 14, Ravenna

Introduzione: il progetto si inserisce nell'ambito del **recente sviluppo del web** a supporto delle **operazioni** commerciali **internazionali** dell'impresa. Il ciclo di seminari ha l'obiettivo di fornire alle aziende una carrellata su alcuni **aspetti essenziali riguardanti l'attività di e-commerce**. Si partirà, la prima giornata, con un'ampia introduzione all'avvio dell'e-commerce internazionale, per poi approfondirne gli aspetti doganali e fiscali, la seconda giornata, e gli aspetti legali, la terza.

La partecipazione non è vincolata al ciclo completo, ma ai singoli seminari.

LANCIO DI UN'ATTIVITÀ DI E-COMMERCE INTERNAZIONALE

DOCENTE: Dr.ssa Doris Zaccaria - The Vortex Srl, Milano
Data: Giovedì 24 settembre 2015 - **Scadenza iscrizione:** Lunedì 21 settembre 2015
Durata: *una giornata intera* (ore 9.30-13.00 e 14.00-17.00)

Programma:

- Benefici e criticità, limiti ed opportunità di un progetto e-commerce estero.
- Fattori cruciali di un sito di vendita online: la piattaforma di e-commerce; la logistica; i sistemi di pagamento; customer care e capitalizzazione del cliente; la Web Analytics.
- L'e-commerce mobile e le soluzioni intermedie. Focus su Amazon ed eBay.
- Vendere grazie ai social: esempi da seguire e da evitare; i social plugin e le applicazioni OpenSocial; Pinterest.
- Vendere sui social, applicazioni ed ambienti di social commerce. Come esserci ed integrare il sito; le piattaforme americane; le soluzioni oggi presenti in Italia; gli errori da non commettere.
- Esercitazione sulla costruzione di un web-marketing plan per il commercio elettronico estero.

Per Info e iscrizioni:

Dott.ssa Cinzia Bolognesi
Azienda Speciale Eurosportello - Camera di Commercio di Ravenna
Viale L.C. Farini, 14 - Ravenna
Tel. +39-0544-481415 - Fax +39-0544-218731
cinzia.bolognesi@ra.camcom.it
www.ra.camcom.gov.it/eurosportello

E-COMMERCE: ASPETTI DOGANALI E FISCALI

DOCENTE: Dr. Stefano Garelli - Studio Garelli, Dottori commercialisti Associati di Torino
Data: Giovedì 22 ottobre 2015 - **Scadenza iscrizione:** Lunedì 19 ottobre 2015
Durata: *mezza giornata* (ore 14.00-17.30)

Programma:

- Adempimenti relativi all'avvio dell'attività di e-commerce.
- Il commercio elettronico indiretto di prodotti sottoposti ad accisa e di prodotti diversi da quelli sottoposti ad accisa (vendita a clienti italiani, vendita ai clienti di altro Paese UE e vendita a clienti di Paesi extra UE).
- Il commercio elettronico diretto di beni virtuali: vendita a clienti italiani, vendita di clienti di altro Paese UE e vendita a clienti di Paesi extra UE.
- L'impresa italiana in veste di acquirente di beni fisici e di beni virtuali.
- Vendita tramite reti di imprese e consorzi, magazzini di consegna all'estero, unità operative ubicate all'estero.

E-COMMERCE: ASPETTI LEGALI

DOCENTE: Avv. Marina Motta - Studio Legale Motta & Associati di Torino
Data: Martedì 17 novembre 2015 - **Scadenza iscrizione:** Venerdì 13 novembre 2015
Durata: *mezza giornata* (ore 14.00-17.30)

Programma:

- Adempimenti amministrativi dell'E-commerce.
- Il contratto telematico: le trattative, gli obblighi informativi precontrattuali, le sanzioni, la conclusione del contratto, l'accordo delle parti, la conclusione del contratto tramite e-mail, il sito di vendita e la PEC.
- Altri elementi per la conclusione del contratto telematico, la sua validità e le condizioni generali; il contratto telematico concluso da minore; gli obblighi informativi post contrattuali.
- Il contratto di vendita ed i contratti con i consumatori.
- La tutela della privacy e la responsabilità del produttore.

Partecipazione a pagamento previa iscrizione.

Quote di partecipazione:
- Euro 100,00 + Iva 22% a persona per la giornata INTERA seminariale (Euro 90,00 + Iva 22% a persona per gli abbonati a *International Trade 2015*);
- Euro 80,00 + Iva 22% a persona ogni MEZZA giornata seminariale (Euro 73,00 + Iva 22% a persona per gli abbonati a *International Trade 2015*).

Mi piace

Seguici

+1

tutte le notizie della tua città 24 ore su 24.

connect

www.ravenna24ore.it ››› www.cervia24ore.it ››› www.faenza24ore.it ››› www.lugo24ore.it

Scuola e impresa per l'ambiente

di Barbara Naldini*

Seconda Camera di commercio in Italia a conseguire la Registrazione Emas, l'ente camerale ravennate ha inserito tra gli obiettivi di sviluppo sostenibile del "Programma di Gestione Ambientale" la realizzazione dell'edizione 2015/2016 del "PREMIO AMBIENTE & FUTURO".
La Camera di commercio è infatti da tempo impegnata sul fronte ambientale per il perseguimento di un sempre più elevato standard di qualità e sostenibilità dello sviluppo economico e sociale, in particolare sul fronte dell'orientamento, della formazione e dell'integrazione fra imprese e sistema scolastico.
L'iniziativa prevede il coinvolgimento del mondo scolastico e di quello imprenditoriale attraverso due bandi pubblici, uno rivolto agli istituti superiori, l'altro alle imprese della provincia di Ravenna. L'obiettivo è quello di una sempre maggiore sensibilizzazione di studenti, cittadini, associazioni e opinione pubblica sulle tematiche ambientali e di green economy, per contribuire a far sì che in particolare le future generazioni si rendano partecipi della situazione ambientale in cui vivono, divenendo cittadini, consumatori e forse imprenditori, consapevoli ed informati. La convinzione che spinge a rinnovare ogni due anni l'impegno ad organizzare questo evento è che non sia indispensabile depauperare l'ambiente che ci circonda per perseguire il benessere, ma che invece si possa puntare ad uno sviluppo economico e sociale che rispetti l'habitat in cui viviamo e del quale siamo parte integrante.
Il bando rivolto alle scuole prevederà anche per questa edizione, come per le precedenti, due fasi.

> "AMBIENTE&FUTURO, un riconoscimento per le scuole e le imprese virtuose in campo ambientale"

Gli studenti premiati nell'edizione 2014 del Premio

RADIO GAMMA®

Canzoni e Sorrisi

Diffusione Leader

RIMINI-RSM	FORLÍ CESENA-RAVENNA	BOLOGNA-IMOLA	FERRARA	PESARO URBINO
92.5-101-101.2-101.7-103	103-91.1-90.8-100-94.7-94.6-94.2-93-106.4	95-93-91.3-94.7-103	105.8-93	90.5-90.6-90.7-91.1-96-101.7

Gli studenti premiati nell'edizione 2014 del Premio

Prima la realizzazione di un momento formativo in collaborazione con la Facoltà di Scienze matematiche fisiche e naturali dell'Università di Bologna, sede di Ravenna, sulle tematiche ambientali rivolto alle classi seconde, terze e/o quarte delle scuole aderenti al bando, e, in seguito, sulla base degli spunti forniti dall'incontro, la formazione di gruppi di lavoro di studenti, coordinati dal docente di riferimento, volti alla realizzazione di una delle azioni previste dal bando (presentazione di articoli o progetti sulle tematiche ambientali individuate).
I migliori elaborati realizzati dalle scuole saranno premiati nel corso della manifestazione pubblica che si svolgerà probabilmente a fine maggio 2016, nella cornice di Ravenna2016, l'evento dedicato alle tematiche ambientali che coinvolge la città di Ravenna da diversi anni.
Ai primi 3 gruppi di studenti classificati sarà assegnato un premio del valore di € 1.000, mentre agli Istituti scolastici di appartenenza verrà attribuita una dotazione di € 2.000 finalizzata all'acquisto di supporti didattici.
Il bando destinato alle imprese vuole evidenziare i vantaggi competitivi del binomio innovazione tecnologica ed ecologia per il mondo produttivo.
Saranno ammesse le candidature di tutte le imprese con qualsiasi tipologia o forma giuridica, di produzione di beni o di servizi operanti in provincia di Ravenna che hanno realizzato una innovazione ecocompatile, di processo e/o di prodotto secondo i requisiti previsti dal bando.
L'azienda vincitrice potrà usufruire gratuitamente per un anno dei servizi per l'innovazione e internazionalizzazione da parte dell'Azienda Speciale Eurosportello, oltre che di servizi camerali (es. carta prepagata Telemaco, esenzione dal pagamento del diritto annuale, bollatura registri, ecc..) per un valore pari a € 1.000.

Nella precedente edizione il premio è stato attribuito, per la sezione imprese, ad un'azienda, la Martignani srl di Sant'Agata sul Santerno, che racconta una storia d'impresa familiare, tramandata di padre in figlio, ricca di di grande passione, di idee innovative ma anche di tradizioni e valori. Una vita dedicata allo sviluppo di una tecnica d'avanguardia per la protezione delle piante più efficace, più rispettosa dell'ambiente e della salute degli operatori e dei consumatori di prodotti agroalimentari.
Oltre all'azienda Martignani, destinatari dei premi rivolti alla sezione scuole nel 2014 sono stati tre istituti superiori.
Il primo progetto premiato è stato "Insieme per sostenere e operare sull'ambiente" dell''Istituto Professionale Statale Servizi per l'Enogastronia e l'Ospitalità Alberghiero di Cervia, che prevedeva la realizzazione di un'isola ecologica all'interno della scuola a cui studenti e personale possano accedere e l'elaborazione di processi di produzione innovativi concretizzabili nella messa in opera di nuovi piatti, ricette, menù basati su prodotti stagionali a Km.0.
Il secondo progetto "Anche il cestino di classe può salire in cattedra" del Liceo Scientifico Statale "Alfredo Oriani" di Ravenna mirava a fare della scuola un punto d'informazione e diffusione della cultura ambientale, mentre il terzo premio è andato al "Progetto di riqualificazione energetico-ambientale dell'Istituto scolastico I.T.I.S. Nullo Baldini" presentato appunto dall'Istituto Tecnico Industriale Statale "Nullo Baldini" di Ravenna.

I due bandi relativi all'edizione 2016 saranno scaricabili a partire dal mese di settembre dal sito istituzionale dell'ente camerale *www.ra.camcom.gov.it*

** Resp. Servizio Affari generali*
e Promozione economica Cciaa Ravenna

Bilancio Publimedia Italia Srl al 31/12/2014

ATTIVITA'		
B)	Immobilizzazioni	48.174
C)	Attivo Circolante	1.893.311
D)	Ratei e Risconti Attivi	107.390
	TOTALE ATTIVITA'	**2.048.875**
PASSIVITA'		
A)	Patrimonio Netto	27.712
B)	Fondi per Rischi ed Oneri	423.562
C)	Trattamento di Fine Rapporto	141.221
D)	Debiti	1.418.120
E)	Ratei e Risconti Passivi	38.260
	TOTALE PASSIVITA'	**2.048.875**

C/ECONOMICO		
A)	Valore della Produzione	2.353.786
B)	Costi della Produzione	-2.414.575
Differenza Valori e Costi Produzione		-60.789
C)	Proventi e Oneri Finanziari	-115
D)	Rettifiche di valore di att.finz.	
E)	Proventi e Oneri Straordinari	73.750
Risultato prima delle Imposte		12.846
Imposte sul Reddito		-11.469
	UTILE DELL'ESERCIZIO	**1.377**

Elenco delle testate in concessione esclusiva: Il Rò Più-La Pulce-La Pulce Dei Buoni-Il Fè-Casa-24oreannunci- Ferrara24ore-Rovigo24ore-www.veloannuncio.it-Biosfera www.ravenna24ore weekly-Lavoro Notizie-Il Rigattiere-Making Industria Romagna-Systema.

Un laboratorio di responsabilità sociale

DI PAOLA ALESSANDRI*

L'Unione Europea si è data l'obiettivo di uscire dalla crisi colmando le lacune del nostro modello di crescita e creando le condizioni per un diverso tipo di sviluppo economico, più intelligente e sostenibile; in questo obiettivo strategico si colloca il rinnovato impegno della Commissione Europea, dell'Italia e della nostra Regione per rafforzare le politiche a sostegno della responsabilità sociale delle imprese.

La Regione Emilia Romagna, consapevole che un approccio strategico nei confronti del tema della responsabilità sociale è sempre più importante per la competitività delle imprese, ha deciso di creare un percorso di coinvolgimento su scala regionale attraverso un protocollo di intesa con le Province e le Camere di commercio per stimolare l'attenzione e la sensibilità verso questa tematica sia tra le istituzioni che tra le imprese, con l'obiettivo di coordinare le varie esperienze pubbliche e di partnership pubblico-privato, creando una rete regionale di laboratori provinciali per la responsabilità sociale delle imprese.

Provincia e Camera di commercio di Ravenna hanno accolto per prime la proposta della Regione Emilia Romagna e avviato sin dalla primavera del 2013 la sperimentazione di un laboratorio RSI che ha coinvolto in questi due anni una trentina di imprese di vari settori e dimensioni.

Nato con l'obiettivo di offrire alle imprese un luogo in cui confrontarsi e lavorare insieme per diffondere e accrescere l'impegno sui temi della responsabilità sociale, nella consapevolezza che l'investimento nel capitale umano, nell'ambiente e nel rapporto con il territorio e la comunità di riferimento è non solo una strategia cruciale per l'innovazione e la competitività delle imprese, ma anche un contributo essenziale per la coesione sociale del territorio, in questi due anni il Laboratorio ha realizzato una serie di attività focalizzate a :

- Facilitare lo scambio di esperienze di RSI tra le imprese locali interessate
- Approfondire e sviluppare competenze su come gestire approcci di RSI
- Favorire l'elaborazione di progetti di RSI in partnership
- valorizzare gli impegni esistenti di RSI delle imprese locali

Oltre al contributo di FOCUS LAB, che ha fornito il supporto metodologico e formativo e il collegamento con le più significative esperenze regionali e nazionali, nell'ultimo anno il laboratorio ha avviato una collaborazione con il CISE, il Centro per

> Organizzati 28 incontri; in novembre un forum pubblico per valutare le proposte emerse

l'innovazione e lo sviluppo della Camera di commercio di Forlì, per un progetto formativo rivolto alle pubbliche amministrazioni delle due province sugli strumenti a disposizione per promuovere la RSI sull'area romagnola.
Grazie al sostegno della Regione e della Cciaa, con il coordinamento della Provincia, in questi due anni il laboratorio ha realizzato complessivamente 28 incontri, prioritariamente rivolti alle imprese, di cui 14 ospitati nelle sedi dei partecipanti; una modalità che ha favorito, anche grazie alle testimonianze di imprese di altri laboratori regionali, la conoscenza reciproca e l'evidenza di un impegno di molte nostre aziende su buone pratiche spesso sconosciute, che sono state oggetto anche delle due giornate di open day RSI organizzate da 11 imprese del laboratorio nell'aprile 2015.

Dopo aver ospitato tante testimonianze, il laboratorio ha varcato i confini regionali, portando i nostri imprenditori nelle sedi della Loccioni Group, una impresa pluripremiata per il suo impegno sulla sostenibilità e che rappresenta una eccellenza italiana per l'avanzato livello di ricerca e innovazione.

Nel novembre 2015 la Provincia di Ravenna e il CISE presenteranno in un forum pubblico finale le attività realizzate nelle due province romagnole e le proposte che sono emerse dal lavoro con le imprese e gli enti pubblici coinvolti.

Ma questo appuntamento sarà l'occasione anche per rinnovare l'impegno degli enti e delle imprese per un territorio socialmente responsabile: gli incontri del laboratorio hanno infatto portato in evidenza una sempre maggiore consapevolezza delle imprese sulle tante possibilità di coniugare i temi della sostenibilità e della responsabilità sociale con quelli dell'innovazione della competitività.
Una sensibilità che molte di loro hanno messo a frutto in diversi nuovi progetti, anche in collaborazione tra loro : un esempio tra tutti la partecipazione di 4 imprese del laboratorio all'EXPO 2015 con il progetto "Il senso ritrovato" sui temi della responsabilità sociale e della sostenibilità.

La collaborazione tra istituzioni e imprese dunque continuerà, sulla base di un impegno reciproco a sostenere ulteriori azioni per realizzare una crescita inclusiva e sostenibile.
Da un lato la Regione prosegue con il suo impegno per promuovere la RSI, formalizzato anche sulla recente legge sull'attrattività, anche attraverso l'istituzione di un premio regionale il cui bando verrà reso noto a breve.
Dall'altro la Provincia, sulla base dell'esperienza svolta e della disponibilità riscontrata nelle imprese, continuerà nella collaborazione con il sistema camerale per offrire alle istituzioni pubbliche e agli imprenditori del territorio la possibilità di valorizzare il lavoro svolto e proseguirne la crescita con un confronto a livello europeo, partecipando ai prossimi bandi con una idea progettuale sviluppata in colllaborazione con il CISE.
Ulteriori informazioni sul sito della provincia *www.provincia.ra.it/RSI.*

Settore Attività Produttive e Politiche Comunitarie - Provincia di Ravenna

Naviga in acque sicure

In quanto ad annunci, affidati a chi è davvero navigato

“Il Fè”, “Il Rò”, “La Pulce” e **“Il Rigattiere”** sono **periodici di annunci vicini a te**.

Tutte le **opportunità** del tuo territorio, un mare di annunci, **piccoli e grandi affari, informazione microeconomica**, sempre più r**ubriche ‘salvaportafoglio’. Inserti** di incontri, buoni sconto, green economy, lavoro ed offerte e quotazioni immobiliari. Il tutto in un giornale che vanta oltre 136 pagine ...

OGNI GIORNO SOLO IN EDICOLA

RIPETUTAMENTE IMITATI MAI EGUAGLIATI

IL PORTO di RAVENNA

Ritorna in tutte le edicole di Ravenna da maggio 2015 a € 45
Per informazioni info@ilromagnoloweb.it

I libri de il Romagnolo