

CN

economia

Marzo 2006



Supplemento a "Il Gettone" n° 17 di venerdì 27/01/2006 - Spedizione in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) - Art. 1, Comma 1, DCB/CN - Aut. 698/DC/DCI/CN del 31/10/00 - Reg. Tribunale di Cuneo n. 425 del 9/6/1989
Dir. Resp. Renzo Agasso, edizioni Agami via F.lli Ceirano 13 - 12020 Mad dell'Olmo - Cuneo - Tel.0171 412458 - Fax.0171 412709 - info@agami.it



I riflessi dell'evento olimpico nel Cuneese

Bagliori a cinque cerchi

torino 2006

Tempi di Olimpiadi. Dopo un'attesa alimentata per anni, in un'alternanza di progetti e timori, sogni e realizzazioni, ipotesi e presagi più o meno ottimistici, il grande circo bianco internazionale ha vissuto la sua grande avventura nelle vallate del torinese e nel capoluogo regionale, oggetto di interventi straordinari che si rifletteranno sul futuro e sono riusciti a far dimenticare, almeno in parte, le tensioni metropolitane. È stato un successo oltre le previsioni, quello di Torino 2006. E ha concesso qualche riflesso anche alla provincia di Cuneo, favorendo il rilancio delle stazioni sciistiche dotate di nuovi impianti e regalando una parentesi di ottimismo al turismo della neve locale, reduce da una serie di annate non negative, ma decisamente statiche.

Cominciamo dagli impianti. Sono riusciti a cambiare volto ai due grandi comprensori di Limone Piemonte e del Mondolè, grazie alla creazione di collegamenti vagheggiati da decenni, alla sostituzione di altri e alla entrata in funzione di impianti che hanno, almeno in parte, colmato il gap con comprensori ben più sostenuti economicamente quali quelli dolomitici e i domains skiables francesi. A questo si è aggiunta, nello strampalato inverno a cavallo tra 2005 e 2006, l'eccezionale abbondanza di precipitazioni nevose che ha fatto di Marittime e Cozie l'area con le migliori piste dell'arco alpino occidentale.

E passiamo ai turisti. Sono stati e sono tanti, anche adesso. A quelli di sempre, con prevalenza di piemontesi e francesi in valle Vermagnagna, di inglesi e liguri nelle due Frabose, si sono affiancati, anche se limitatamente ai fine settimana, coloro che, in genere, scelgono le valli olimpiche e non se la sono sentita di sottostare alle limitazioni, ai blocchi e alla chiusura dei tracciati causata dall'evento olimpico.

Una buona opportunità, dunque, per far conoscere le piste di casa nostra e per recuperare un pubblico che, negli ultimi anni, si è fatto spesso attrarre dalla chimera di stazioni più mondane o dall'offerta transalpina.

Il ritorno di immagine è collegato anche alla significativa presenza di atleti in lizza per le diverse tipologie di prove, maschili e femminili, nelle vallate della Granda. I tedeschi a Limone, i finlandesi, gli spagnoli e gli svedesi a Vernante, hanno portato il Cuneese al centro dell'attenzione.

Non dimentichiamo poi le numerose presenze negli alberghi del capoluogo, del saluzzese, fossanese, monregalese e saviglianese, di turisti, persone collegate all'evento di Torino 2006 come il seguito della torcia olimpica o gli equipaggi dei numerosi aerei privati atterrati a Levaldigi. A beneficiare del flusso sono stati, soprattutto, i grandi alberghi, scelti da una clientela danarosa ed esigente, e le splendide ville di Langhe e Roero, che hanno

ospitato vip e star internazionali.

Dal canto loro, i cuneesi non si sono limitati ad assistere passivamente all'appuntamento olimpico. In occasione del passaggio della fiaccola, le città hanno dato prova di straordinaria partecipazione, stupendo gli stessi organizzatori.

Determinante anche, la presenza cuneese a Torino, negli appuntamenti organizzati per pubblicizzare i prodotti del territorio, negli spettacoli di apertura e chiusura o

negli uffici del Toroc, in un contesto internazionale che ha consentito a molti giovani di vivere un'esperienza lavorativa unica.

Un ultimo cenno ai risvolti registrati nell'aerostazione di Levaldigi, mostratisi valida alternativa e completamento di Caselle, interessata dall'arrivo di decine di charter, scelta da sette comitati olimpici come base di atterraggio e decollo ed efficientissima nell'accogliere una sessantina di voli vip.

Al termine delle Olimpiadi una delegazione canadese in visita alla Camera di commercio

A Cuneo... verso Vancouver 2010



Da sinistra: Sebastiano Dutto, Starr Winchenster, Andreino Durando e Don Sharpe.

Lunedì 27 febbraio scorso, la Camera di commercio di Cuneo ha ospitato una delegazione canadese della Comox Valley e di Prince George nella British Columbia, in visita nella nostra regione in occasione delle Olimpiadi Torino 2006.

I prossimi Giochi olimpici invernali si svolgeranno nel 2010 in Canada, a Vancouver. La Comox Valley si trova a mezz'ora di volo da Vancouver e comprende tre città, per un totale di circa 60.000 abitanti, e la stazione sciistica di Mount Washington. Prince George, invece, conta 77.000 abitanti ed è situata nel centro della British Columbia.

I cinque delegati, accompagnati da funzionari regionali, hanno dunque individuato in Cuneo e nelle sue montagne località e collocazioni analoghe alle loro rispetto alla città olimpica, e hanno manifestato la volontà di visitarle per capire come ci si era organizzati e comportati nel periodo dei Giochi.

La delegazione, in prima mattinata, ha incontrato i rappresentanti del Comune di Cuneo per conoscere l'organizzazione relativa al passaggio della fiaccola olimpica e, in un

secondo momento, si è confrontata con i rappresentanti delle categorie economiche e alcune imprese per stabilire un primo contatto e una futura collaborazione.

Sebastiano Dutto e Andreino Durando hanno portato il saluto dell'ente camerale e, dopo una presentazione dell'intera delegazione canadese (Don Sharpe presidente della Camera di commercio della Comox Valley, Starr Winchenster sindaco della città di Courtenay, Darryl Pippin e John Watson, rispettivamente presidente e responsabile della Società di sviluppo economico per la Comox Valley e Katherine Voigt direttore per lo sviluppo di Export North di Prince George) la parola è passata alle imprese che hanno interagito per un utile scambio di informazioni, finalizzato ad una prossima cooperazione. L'iniziativa ha suscitato interesse e immediato riscontro da entrambe le parti, che si sono dette soddisfatte dell'incontro.

In tarda mattinata, la delegazione si è trasferita a Limone Piemonte per visitare la "Riserva Bianca" e incontrare i responsabili degli impianti di risalita.

La Camera di commercio di Cuneo al Media Center per Torino 2006

In occasione dei Giochi olimpici invernali di Torino 2006, dal 10 al 26 febbraio scorsi, l'ente camerale cuneese, in collaborazione con Regione Piemonte, Provincia di Torino e Unioncamere regionale, con il sostegno di Provincia di Cuneo, ATL cuneese, Ente turismo Langhe e Roero, CIT Cuneo e Langhe, Monferrato e Roero, ha partecipato al prestigioso evento, coinvolto nella gestione del Torino Piemonte Media Center, presso la sede del Centro congressi Torino Incontra, messo a disposizione dalla Camera di commercio di Torino.

Il Media Center, vero e proprio centro servizi, ha ospitato dal 1° al 27 febbraio i giornalisti non accreditati presso il Toroc, cioè quelli appartenenti a testate non sportive che si sono occupati in prevalenza di economia, cultura, turismo, arte, costume, enogastronomia. Nei primi giorni del mese sono stati ospitati anche i giornalisti accreditati che, in quel periodo, non avevano disponibilità del loro Press Center. L'obiettivo del Media Center è stato quello di accogliere e supportare nella loro attività giornalisti, fotografi e altri operatori del settore informazione. Un'occasione importante per promuovere, attraverso il circuito mediatico internazionale, l'immagine non solo della regione, ma soprattutto della nostra provincia e delle sue peculiarità.

Ai giornalisti iscritti - 1000 i soli non accreditati - è stata fornita assistenza per conoscere il nostro territorio e le sue realtà di eccellenza. A questo scopo, si è predisposto un intenso calendario di animazione (degustazioni, convegni, conferenze e interventi di prestigiosi testimonial) e visite guidate in tutta la regione ed in particolare nella nostra provincia.

Anche la nostra area ha avuto dunque l'opportunità di presentare le proprie eccellenze produttive e turistiche. Sono state proposte quattro degustazioni a tema, presso il Media Center, curate dall'ente camerale in collaborazione col Centro estero Alpi del mare e l'Istituto Alberghiero, sedi di Mondovì e Dronero, che hanno permesso di offrire ai giornalisti l'immagine del "made in Cuneo", attraverso i piatti e i vini della zona. Un'occasione unica, quella offerta alla Granda dal Media Center, per promuovere l'immagine del nostro territorio, attraverso appuntamenti enogastronomici e visite guidate, alla scoperta della magia e dei sapori di Cuneo, "provincia delle emozioni".

Nell'arco del mese, un nutrito gruppo di giornalisti ha visitato l'industria dolciaria Ferrero di Alba, scoprendo i segreti dei maître chocolatier e le prelibatezze della crema alla nocciola e dei suoi derivati; alle delizie del cioccolato si sono unite storia, tradizioni e cultura, citate con curiosi aneddoti, al castello - enoteca di Grinzane Cavour e all'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo, con colazione di lavoro a base di prodotti tipici.



Il lounge del Torino Media Center

La bufala dell'aviaria

EDITORIALE

C'è chi pensa che la Provvidenza sia particolarmente generosa con gli operatori dei media, o meglio, che i giornalisti sappiano abilmente sfruttare ogni opportunità loro offerta. Basta, a volte, un'illazione, un episodio tanto esiguo da non essere stato registrato in passato o un fatto appena fuori dalle righe per dar vita al rincorrersi delle notizie, al loro rigirarsi su se stesse, alla costruzione dell'evento ed al suo auto implementarsi. Al dato di base, ognuno porta il suo contributo di fantasia, aggiunge un commento, incolla una citazione. Le grandi vicende vivono più di opinioni che di elementi incontestabili, di ipotesi che di constatazioni reali, di cassandre che di persone impegnate a mantenere posizioni equilibrate.

La riprova viene dalla vicenda dell'aviaria. Dal momento della rilevazione dei primi casi, in Cina, è partito il circo mediatico. Quotidianamente siamo stati informati sull'evolvere della vicenda, allarmati dal procedere verso l'Europa, tempestati da previsioni più o meno attendibili, coinvolti in un allarme rilanciato diligentemente non appena la tensione si assopiva. E, intanto, ecco le foto dei grandi roghi di pennuti in estremo oriente, di allevamenti il cui standard è a livello di concimaia, di persone colpite, quasi colpite, forse colpite.

Anche il consumatore più restio a farsi condizionare, dopo mesi e mesi di battage, comincia a lasciarsi rodere dal dubbio, a tentennare, a chiedersi se, tutto sommato, non sarebbe meglio soprassedere e ripiegare su altre tipologie di carne. A questo punto il guaio è fatto: calo a picco degli acquisti, migliaia di allevamenti in crisi, persone senza lavoro, accumularsi dell'inventario. Poco importa che non si siano registrati, in Europa, casi di passaggio del virus dall'animale all'uomo, che i volatili migratori abbiano sempre fatto registrare processi selettivi durante il trasferimento dall'uno all'altro continente, che da noi tutto sia supercontrollato a livello sanitario. I bollettini di guerra giornalieri prediligono la bufala alla realtà, devono suscitare emozioni, devono far pensare. E molti, per la fretta o per sfinimento, lasciano perdere il pollo, gettando sul lastrico aziende e rivenditori. Nell'operazione, l'Italia sembra eccellere, visto che in altri Paesi il fenomeno non si ripete con la stessa intensità e che - in base ai dati diffusi dalla maggiore organizzazione professionale agricola - l'export verso aree dell'Unione Europea è cresciuto, in questo periodo, del 19 per cento rispetto allo scorso anno.

Ci auguriamo che, a breve, prevalga, finalmente, il buon senso. Inutile diffondere il seme del dubbio e poi partecipare alle mangiate dimostrative a Roma o in altre sedi. Un po' di equilibrio in più, una adesione più corretta alla realtà, il rispetto per una tradizione allevatoria collaudatissima ed una maggior cautela sarebbero più apprezzabili sul piano deontologico e, soprattutto, meno assurdamente penalizzanti per i malcapitati operatori della filiera avicola.

Ferruccio Dardanella

Ai sensi di quanto previsto dal d. Lgs. 30 giugno 2003, n. 196, in materia di protezione dei dati personali, si informano i lettori che, qualora desiderassero non ricevere più il supplemento al Gettone, saranno immediatamente cancellati dall'elenco dei destinatari comunicando la propria decisione ai seguenti recapiti: tel. 0171 318710; fax 0171 696581.

Supplemento a "Il Gettone" n° 17 di venerdì 27/01/2006 - Spedizione in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) - Art. 1, Comma 1, DCB/CN - Aut. 696/DC/DCI/CN del 31/10/00 - Reg. Tribunale di Cuneo n. 425 del 9/6/1989.

Direttore Responsabile Renzo Agasso
Redazione Paolo Borello, Alberto Casella, Piermarco Turina
Edizioni Agami s.r.l. - Tel 0171 412458
Fax 0171 412709 - Reg. Trib. CN 4985/9206/10200
Computergrafica Edizioni Agami, Cuneo
Stampa Agam s.r.l. Madonna dell'Olmio, Cuneo

cn economia

**Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Cuneo**
Via Emanuele Filiberto, 3 - 12100 Cuneo - Tel. 0171 318710
Fax 0171 696581 - info@cn.camcom.it - www.cn.camcom.it

Direzione Vittorio Sabbatini
Hanno collaborato: Gianni Aime, Fiorenza Barbero, Claudia Barello, Luisa Billò, Francesca Brero, Giacinto Chiri, Donato Dho, Marco Franco, Rosangela Giordana, Marilena Luchino, Marco Martini, Fiorella Manfredi, Patrizia Mellano, Valeria Monetto.



FOTO COPERTINA:
ARCHIVIO AEROPORTO
OLIMPICA

FOTO FIORENZA BARBERO

FOTO FIORENZA BARBERO

Osservazioni sui dati dell'anagrafe delle imprese per il 2005

La nascita di nuove imprese procede a ritmo lento?

All'interno dello spazio dedicato al Nord Ovest dal quotidiano Il Sole 24 ore di mercoledì 8 febbraio, è stato dato ampio spazio ad alcuni elementi numerici che indicherebbero il barometro della congiuntura economica. Altri giornali hanno pubblicato valutazioni simili, traendo tutta una serie di conclusioni dalla mera lettura dell'aspetto numerico complessivo.

La dinamicità e vivacità imprenditoriale dalla provincia di Cuneo, da questi dati, è risultata piuttosto bassa (crescita dello 0,3% rispetto all'anno 2004).

Naturalmente i numeri indicati dalle statistiche rese da Infocamere sono inoppugnabili, ma probabilmente fuorvianti e non direttamente riferibili all'economia della provincia, se non vengono presi in considerazione altri elementi rilevanti.

Il primo riguarda l'aspetto normativo. Con la riforma del diritto societario, in vigore a partire dal 1° gennaio 2004, il nuovo articolo 2490 del codice civile permette la cancellazione dal registro delle imprese di tutte le società di capitali in liquidazione, che per tre anni consecutivi non abbiano depositato il bilancio annuale. Inoltre il 4 ottobre 2004 era stato pubblicato in Gazzetta ufficiale il regolamento che disciplina il procedimento di cancellazione dal registro delle imprese individuali e delle società di persone, in caso di totale inoperatività o inesistenza (dpr 247 del 23 luglio 2004). Queste due norme sono state introdotte dal legislatore per eliminare inutili oneri amministrativi e finanziari, per la parte pubblica e per le imprese stesse, e per eliminare tutti gli elementi di incertezza, nel regime di pubblicità delle imprese, che ostacolano la conoscenza della realtà economica del paese.

Nel corso del 2005 l'ufficio della Camera di commercio di Cuneo, unica per il momento nel panorama nazionale, ha dato puntuale esecuzione al dettame normativo, in ciò pienamente assecondato dalla grande disponibilità del Giudice del registro.

I risultati ottenuti dall'operazione di "pulizia" del registro imprese sono stati numericamente significativi: cancellazione d'ufficio di circa 150 società di persone e circa 120 società di capitali.

Se, pertanto, i numeri complessivi venissero letti tenendo in debita considerazione questo elemento aggiuntivo, avvenuto solo in provincia di Cuneo, allora il paragone con le altre realtà del Nord Ovest o italiane manifesterebbe un trend molto diverso per la nostra realtà economica.

Inoltre, se si scende più profondamente nel dettaglio si può verificare che, nonostante la cancellazione d'ufficio dei numeri citati, le società di capitali sono cresciute di 255 unità (pari al 5,2% annuo) e le società di persone sono cresciute di 61 unità.

La stessa emorragia di ditte individuali, dovuta alla cessazione di attività marginali, si sta assestando in modo significativo. Tutta questa trasformazione in atto risulta, in modo inequivocabile, dal prospetto successivo. Senza le cancellazioni d'ufficio il totale delle imprese sarebbe tornato a cifre simili ai primi due anni del terzo millennio.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Totale imprese	76.022	76.081	75.588	75.709	75.440	75.645
Società capitali	3.933	4.231	4.387	4.648	4.912	5.167
Società persone	16.380	16.624	16.549	16.737	16.705	16.766
Ditte individuali	54.531	53.690	53.081	53.056	52.541	52.425
Altre forme	1.178	1.198	1.212	1.268	1.282	1.287

In conclusione, i dati relativi alla nascita e trasformazione di nuove imprese rappresentano, relativamente all'anno 2005, un panorama molto più roseo di quanto lasciato intendere da molti commentatori.

Fin qui sono state rappresentate le statistiche della consistenza nume-

rica delle imprese nel registro tenuto dalla Camera di commercio.

Altrettanto interessante è la rappresentazione grafica della movimentazione delle pratiche amministrative. Il quadro complessivo, relativo allo stesso periodo temporale, fornisce una chiara immagine della trasformazione, dalla carta all'informatica, avvenuta nel terzo millennio.

PRATICHE RICEVUTE	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Floppy non firmati digitalmente	3.505	7.471	14.344	14.341	3.733	3.226
Modalità normale	23.804	22.449	16.602	6.744	6.672	6.227
Per posta	1.300	1.443	1.089	558	420	485
Telematiche con firma digitale	322	518	757	8.365	20.889	21.514
D'ufficio	1.448	1.739	2.184	1.841	2.237	2.741
TOTALE	30.379	33.620	34.976	31.849	33.951	34.193
Di cui ditte individuali	12.396	13.311	14.142	13.462	13.007	12.280
Di cui società	17.983	20.309	20.976	18.387	20.944	21.913

Dall'anno 2003 la situazione risulta normalizzata. Circa una pratica su quattro è cartacea. L'invio postale sta registrando numeri sempre più marginali: chiara indicazione del fatto che si preferisce, in caso di necessità, il rapporto personale e che il servizio offerto dagli sportelli soddisfa le esigenze degli utenti. Risulta sempre alto, al contrario, l'utilizzo del supporto informatico (floppy), presentato allo sportello, senza firma digitale: questo fatto è la diretta conseguenza dei costi di spedizione telematica e degli importi del bollo telematico; il legislatore, infatti, probabilmente senza rendersene conto, ha penalizzato la telematica con importi superiori. Interessante è anche l'evidenza del fatto che, in un registro composto per circa il 70% da ditte individuali, la movimentazione delle situazioni registrate avviene, con una frequenza quasi doppia, sulle società.

A questo punto pare opportuno evidenziare la tempistica delle risposte fornite dagli uffici camerati, per gli adempimenti amministrativi previsti dalle norme vigenti. La tabella seguente fotografa quanto è avvenuto negli stessi anni della rivoluzione informatica, alla quale si è coniugata la riforma del diritto societario.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Entro i termini	51,0	65,8	48,8	67,5	77,3	90,6
Con ritardo 1-5 gg	18,3	20,9	19,5	18,9	6,6	3,9
Con ritardo 6-10 gg	16,1	5,5	17,8	6,2	4,9	1,8
Con ritardo superiore	14,6	7,8	13,9	7,4	11,2	3,7

Queste statistiche non tengono però conto del fatto che le pratiche rimangono, alcune volte, per periodi più o meno lunghi, in attesa di regolarizzazione da parte degli stessi speditori, e questo spesso è causa del ritardo sui termini previsti.

Le statistiche riportate sono prodotte da Infocamere e vengono utilizzate, come si è detto all'inizio, dalla stampa specializzata per commenti alcune volte non completamente soddisfacenti.

Il quadro che emerge dalle tabelle proposte fornisce l'ennesima prova del fatto che, in provincia di Cuneo, il rapporto pubblico-privato trova unitarietà di intenti e sinergia, dando vita a un modello apprezzato a livello nazionale.



Imprese e imprenditori: a voi la prima mossa

L'Italia è periodicamente percorsa da ondate di allarmismo. Intendiamoci: il momento non è dei migliori. Però forse è il caso di capire meglio. Nessun momento storico è solo positivo o solo negativo. Nessun Paese è perfetto. Forse da noi c'è la tendenza alla lamentela più che da altre parti del mondo. Aiuto, la Cina! Aiuto, l'India! Che fine faremo? Saremo invasi di prodotti orientali?

Sì, i rischi ci sono. La politica, per tanti motivi, stenta a fare la sua parte fino in fondo. Il Pil cala, quindi siamo in recessione. Tutto vero. Che fare allora? Un sussulto di coraggio, d'inventiva, di fantasia e di generosità. Da parte di tutti, però. Non ci possono essere categorie sociali che si chiamano fuori da questa sfida del terzo millennio.

Allora elenchiemoli gli attori invitati a farsi avanti sulla scena, così non ci potranno essere dubbi di sorta o fughe o diserzioni. La politica, il sindacato, le imprese, le banche, l'università e la ricerca. Una bella fetta d'Italia, insomma. Già, ma a chi tocca fare il primo passo? Bisognerebbe, forse, sedere intorno ad un tavolo e deci-

dere di partire tutti insieme. Ma è inutile farsi illusioni.

Sommesso consiglio: forse il primo colpo dovrebbero batterlo gli imprenditori grandi e piccoli e gli artigiani, i più agili, i più vicini alla realtà delle cose. Quelli che rischiano di più, anche. Provino loro a investire in ottimismo, a smettere la lamentela, a ingegnarsi e spendersi con intelligenza e generosità. Investendo proporzionalmente alle loro dimensioni e alle loro possibilità, fondando nuove imprese, ingrandendo quelle che già ci sono, creando nuovi posti di lavoro, quotandosi in Borsa. In una parola: più benessere per tutti. Accettando la sfida per sé ed esigendo che gli altri attori sulla scena si comportino di conseguenza.

Può apparire velleitario? Sì, certo. Ma se vogliamo che il nostro Paese reagisca alla deriva del pessimismo e della rassegnazione, occorre che qualcuno rischi in proprio, faccia il primo passo, costringa le altre parti a scendere in campo allo stesso modo.

Dunque, forza imprenditori. Anche dalle parti di Cuneo e del Piemonte tutto. C'è bisogno di

una sferzata di fantasia e coraggio. Più volte in passato è già avvenuto, ci sono storie straordinarie di imprenditori cuneesi e piemontesi che hanno tenuto in piedi l'Italia. Senza piagnistei e lamentazioni, con spirito pionieristico. Bisogna ripartire di lì. Da queste persone, da queste imprese. Ne va del futuro d'Italia.



Quarta edizione per il Prezzario delle opere edili ed impiantistiche

Approda alla quarta edizione il Prezzario delle opere edili ed impiantistiche pubblicato con cadenza annuale dalla Camera di commercio di Cuneo a partire dal settembre 2002.

Negli anni l'opera si è articolata e arricchita, tanto da diventare importante punto di riferimento per gli operatori dei vari settori coinvolti e da contribuire, in misura determinante, a fare chiarezza in un comparto in cui solo analizzando con attenzione i costi si può valutare l'adeguatezza dei prezzi finali ad opera compiuta.

Il Prezzario rappresenta la sintesi di un lavoro articolato e complesso, reso possibile grazie all'impegno e al coinvolgimento di diversi soggetti: i liberi professionisti, il mondo imprenditoriale e le associazioni di categoria. Solo attraverso la partecipazione di ciascuno è infatti possibile

approdare ad una visione complessiva, in grado di tener conto delle diverse componenti nella formulazione delle conclusioni.

Rispetto alle precedenti edizioni quest'anno si è partiti dalla consultazione di testi analoghi, adottati da enti diversi, quali la Regione Piemonte, le Camere di commercio di Torino e Milano, l'Anas e la provincia di Trento, in modo da rendere possibile un raffronto (non semplice, in considerazione delle diverse metodologie adottate). Questo ha comportato un'analisi più approfondita delle varie componenti dei prezzi, sino a risalire alle voci elementari che li compongono.

I dati sono stati verificati durante il confronto tra diverse sezioni del gruppo di lavoro (edile, termoidraulico ed elettrico) e adeguati alle variazioni di mercato riferite al primo semestre del 2005.

Alle novità metodologiche si sono affiancate anche alcune innovazioni sul piano formale, con la rigenerazione dei codici di riferimento dei vari articoli e la modifica dell'ordine sequenziale delle categorie, in modo da raggruppare opere esterne, opere edili e impiantistiche.

La pubblicazione è in vendita presso l'ufficio provveditorato della Camera di commercio al prezzo di euro 10,00. A breve sarà consultabile anche sul sito internet camerale, all'indirizzo www.cn.camcom.it/prezzario/opereedili

Per informazioni:
ufficio studi
tel. 0171/318824
e-mail:
studi@cn.camcom.it



L'iniziativa promozionale presentata a Torino il 13 febbraio

Dai frutteti della Granda la "mela rossa Cuneo"



FOTO FIORENZA BARBERO

La mela rossa Cuneo ha fatto ufficialmente il suo ingresso in società con la presentazione del progetto promozionale che la vede protagonista avvenuta il 13 febbraio a Torino, nella sala atrio del Centro incontri della Regione Piemonte.

Grazie a una iniziativa avviata a fine 2005 che ha, come capofila, la Camera di commercio di Cuneo con Provincia e Regione e come attori le organizzazioni dei produttori (Asprofrut, Lagnasco Group, Ortofruit Italia), le tre organizzazioni professionali Coldiretti, Upa e Cia, Confcooperative e Confcommercio, uno dei frutti più rappresentativi della provincia cuneese è oggetto di un'intensissima operazione supportata da tutti i segmenti della filiera, dalla produzione alla vendita. Quest'ultima è rappresentata da diverse espressioni della grande distribuzione organizzata, da Coop Italia al gruppo Carrefour, da Nord di Conad a Dimar (Big Store, Maxisconto, Famila, Ok Market, DP e Cash and carry), da Auchan Piemonte alla Leclerc di Savigliano, dalla catena di negozi Pinzimonio alla Crai Piemonte, alla Cooperativa dei lavoratori, alla S.M.A. supermercati, ai punti vendita di vicinato associati a Confcommercio. Altri stanno gradualmente aderendo, dando all'azione commerciale coordinata un ruolo mai raggiunto in forma tanto estesa.

L'obiettivo è la creazione di una filiera corta che riduca il numero dei

passaggi e, di conseguenza, eserciti un'azione calmieratrice sulle quotazioni finali, grazie a percentuali predeterminate attribuite ai produttori, ai centri di condizionamento e al rivenditore, a tutto vantaggio del consumatore, sollecitato a preferire il prodotto del territorio, oggetto di trasferimenti limitati, fresco e qualitativamente valido. Di grande aiuto, nell'impostare la campagna "mela rossa", è stata l'esperienza portata avanti, in estate, con la pesca.

"Di fatto - sottolinea l'assessore all'agricoltura della Provincia di Cuneo, Emilio Lombardi - l'iniziativa parte dalla presa d'atto della carenza di visibilità che, da sempre, caratterizza le produzioni della Granda. Si è lavorato bene, si sono ottenuti risultati di notevole livello e si è sempre trascurato il momento promozionale affrontato in modo unitario, coagulando le forze e rendendo riconoscibile quanto matura nel sud Piemonte, terra vocata, grazie alla particolare situazione pedoclimatica".

Di qui la decisione di fare quadrato intorno alla mela rossa, la cui produzione, nel Cuneese, raggiunge i 600.000 quintali con caratteristiche al top mondiale. I terreni alluvionali, infatti, ricchi di sostanza organica, assicurano succosità e dolcezza, mentre la forte escursione termica tra il giorno e la notte in tutta la fascia pedemontana esalta il requisito della coloritura accesa.

La grande azione in atto non stabilisce un prezzo unico, perché il periodo di commercializzazione è lungo, le pezzature possono essere diverse e anche le varietà vanno dal gruppo Gala alle Red delicious alle Braeburn (queste ultime in quantitativi ridotti). Punta, invece, a contenerlo e offre al consumatore l'opportunità di riconoscere il prodotto, grazie al confezionamento in imballaggi di cartone da tre chili predisposti appositamente, con l'indicazione "Cuneo, provincia trasparente", i loghi degli enti impegnati nel progetto e la scritta di adesione al "Circuito Alpi del mare", o alla bollatura del singolo frutto in caso di vendita allo stato fuso. C'è il nome "mela rossa Cuneo", ma non la sigla Igp, visto che le procedure per ottenere l'indicazione protetta non sono concluse e, in attesa dell'ok di Bruxelles, ci si avvale della protezione transitoria accordata a livello nazionale.

"Quella che stiamo vivendo - asserisce Giusto Marchisio, segretario di Assortofrutta, l'associazione dei consorzi ortofrutticoli di tutela - è una grande prova generale per il mondo organizzato cuneese, prima dell'approdo al riconoscimento. Si collaudano schemi, contatti, forme di collaborazione che diventeranno sistema".

Anche per Marcello Gatto, presidente Coldiretti Cuneo e vice presidente vicario della Camera di commercio di Cuneo, "l'iniziativa promozionale che, dopo la pesca, sta interessando la mela è un primo, significativo passo avanti e offre la possibilità di valutare chi, nel mondo della grande distribuzione, vuole veramente valorizzare i prodotti del territorio e individuare percorsi nuovi, in modo da consentirci di ridurre i passaggi e soddisfare il consumatore con cui abbiamo stretto un patto che intendiamo rispettare".

Il mais cuneese? Senza OGM

Il mais prodotto nelle campagne cuneesi è ogm free o motiva qualche dubbio? Al quesito, attualissimo, ha dato risposta l'incontro promosso il 7 febbraio dalla Camera di commercio, imperniato sulla pubblicizzazione dei dati rilevati da uno screening curato dal laboratorio chimico della Cciaa di Torino.

I risultati sono eclatanti. Su 100 campioni, prelevati nell'ottobre scorso presso le sedi cuneesi del Consorzio agrario e analizzati, solo tre hanno presentato tracce di ogm, riferite ad una varietà ormai ampiamente diffusa sul mercato. Questo equivale, per la nostra provincia, a una percentuale di piante geneticamente modificate pari a cinque su un milione.

L'ente camerale, fin dal 2000, ha aperto uno sportello di riferimento Ogm, per fornire informazioni tecniche in materia e, nel contempo, consentire l'accesso al laboratorio chimico camerale di Torino a un prezzo scontato del 50%.

Nel 2005 si è deciso di realizzare lo screening per verificare la situazione. Si è approdati così ai dati illustrati nel corso dell'incontro cui hanno preso parte, oltre al presi-

dente della Camera di commercio di Cuneo, l'assessore provinciale all'agricoltura Emilio Lombardi, il responsabile delle analisi sul Dna del laboratorio torinese, Piergiorgio Piatti, l'esperto legale per il settore alimentare, Michele Mea, Marcello Gatto e Ilio Piana rappresentanti delle associazioni di categoria.

Dai dati una straordinaria bocca di ottimismo, in grado di quietare i timori di molti consumatori e di rendere meno teorici i contrasti tra i sostenitori della necessità di non intervenire geneticamente e coloro che, invece, guardano al processo come a un segno di modernità in linea con i tempi.

I dati presentati nella conferenza stampa sono pubblicati sul sito internet della Camera di commercio di Cuneo, nella sezione Promozione, per agevolare la diffusione e la consultazione da parte di tutti i soggetti interessati.

Per informazioni:
ufficio promozione
tel. 0171/318.746-758-818
e-mail:
promozione@cn.camcom.it



FOTO ARCHIVIO AGRIM

Continua l'azione della Camera di commercio a favore del comparto avicolo

Metti un pollo nel menù

In Italia gli allevamenti avicoli sono 6000 circa, affiancati da 173 macelli e da 517 imprese di lavorazione. Gli addetti alla filiera raggiungono quota 180.000 e la produzione è valutata in 1.134.000 tonnellate.

In pratica, l'allevamento di polli da carne e di galline ovaiole assicura il 6,5% della produzione interna lorda per il settore agricolo.

Questo il quadro generale in cui si è inserito il problema dell'influenza aviaria. Sempre secondo le statistiche, 83 italiani su 100 sono preoccupati da quanto sta succedendo, a fronte del 60 per cento della media europea. Le conseguenze sono disastrose, quantificate nella perdita, a causa del calo dei consumi, di mezzo miliardo di euro e di 30.000 posti di lavoro.

In provincia di Cuneo, tradizionalmente caratterizzata da un'elevata

qualità del prodotto, i dati sarebbero meno pessimistici, con ridimensionamento degli acquisti valutato intorno al 40 per cento.

Vantaggi indubbi potranno derivare dall'applicazione delle misure straordinarie relative all'estensione degli ammortizzatori sociali richiesti dalle organizzazioni professionali agricole. Il "piano salva pollo" sollecita una rapida attuazione dei provvedimenti autorizzati dall'Unione europea, con la creazione di un fondo di emergenza, come quello stanziato per affrontare mucca pazza, dell'importo di 100 milioni di euro, da destinarsi a interventi per il salvataggio e la ristrutturazione, dell'indennità per il fermo produttivo e il calo di reddito connesso alla mancata movimentazione, sino alla sospensione dei versamenti previdenziali, tributari e creditizi, nonché al ritiro di

45.000 tonnellate di carne di pollame invenduta da destinarsi ad aiuti alimentari.

Il Cuneese, con elevata concentrazione di allevamenti, attende che si passi dalle parole ai fatti. In particolare, si chiede alla Regione Piemonte di acquistare i quantitativi invenduti e congelati, con l'impegno degli allevatori a ricomprarli a crisi superata.

Dal canto loro le aziende sanitarie locali diramano informazioni rassicuranti, affermando che le molte analisi effettuate sino ad ora hanno avuto tutte esito negativo. Immotivato, dunque, l'atteggiamento di rifiuto nei confronti del pollo che ha già prodotto un drastico calo dei prezzi, con approdo a 6-7 euro a chilo contro i 15 delle bistecche di vitello.

La Camera di commercio di Cuneo segue con grande attenzione



ILLUSTRAZIONE E. PETERMAN

la vicenda. Già nel novembre scorso è intervenuta promuovendo, nel ruolo di capofila, una campagna di informazione veicolata attraverso la diffusione di un volantino in 40.000 copie.

"In provincia di Cuneo - sostiene il presidente Ferruccio Dardanella - gli allevatori assicurano alla macellazione circa 12 milioni di capi all'anno. L'applicazione dell'etichettatura obbligatoria dallo scorso 17 ottobre, con i dati dell'azienda di provenienza, corredata da bollo sanitario, fornisce garanzie incontestabili. Il consumatore, dunque, non ha motivo di temere e può portare avanti le scelte alimentari di sempre".

Il 31 marzo la presentazione al Santuario di Vicoforte Mondovì

Etichette del Langhe Rosso e Albo vigneti 2005

Appuntamento venerdì 31 marzo, ore 18,00, presso il Santuario di Vicoforte Mondovì, dove, all'interno del maestoso complesso dell'antico monastero cistercense "Regina Montis Regalis", sarà presentata la nuova edizione dell'Albo vigneti, contenente dati e commenti relativi alla vendemmia 2005. In tale occasione, come di consueto, la Camera di commercio di Cuneo, in collaborazione con l'Associazione vignaioli piemontesi, divulgherà, per gli appassionati e attenti cultori delle eccellenze vinicole della provincia, un nuovo numero della collana degli atlanti delle etichette, dedicato al "Langhe Rosso".

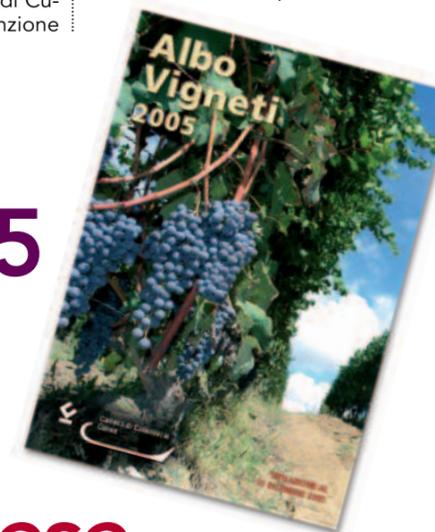
Per gli operatori del settore e per gli amministratori pubblici questo appuntamento è occasione di confronto e di riflessione su quanto ci si potrà aspettare, qualitativamente e quantitativamente, dalla vendemmia appena conclusa. Inoltre, relatori attenti e professionali rivolgeranno l'attenzione alle problematiche internazionali e alle problematiche di un settore vivace e attento ai gusti del consumatore, ma penalizzato da un mercato globale, sovente posto sotto pressione dall'incertezza sulla crescita economica e dall'instabilità politica.

La scelta di presentare questi strumenti ormai insostituibili per la conoscenza e le promozione di un territorio particolarmente vocato, di un prodotto di assoluta eccellenza e rinomanza, e di imprenditori tenaci e innovativi, nel periodo di inizio primavera, consente di rendere disponibile la documentazione per i grandi appuntamenti e le grandi manifestazioni vinicole che si svolgono a partire dal mese di aprile. Ed è, inoltre, motivo di grande soddisfazione, grazie alle nuove procedure informatiche, alla professionalità del personale camerale, ai produttori e agli operatori del settore, il poter concretamente dimostrare che l'attività amministrativa e di controllo delle produzioni vitivinicole avviene, nella nostra provincia, con una tempestività che non ha paragoni nel panorama italiano.

L'Albo dei vigneti 2005 e l'Atlante delle etichette del "Langhe Rosso" saranno in distribuzione gratuita presso gli uffici dell'ente camerale.

Per informazioni:
ufficio vitivinicolo
tel. 0173/2925.51-52
e-mail: vini@cn.camcom.it

Per richiedere le pubblicazioni:
Segreteria affari generali
tel. 0171/318807
e-mail:
info@cn.camcom.it



Il Cuneese al rhum: eccellenza da tutelare

La Camera di commercio ha assunto un ruolo di promozione e coordinazione del progetto che coinvolge uno dei più tipici prodotti dolciari della Granda: il Cuneese al rhum. Accogliendo la richiesta pervenuta dagli operatori del settore dolciario, si sono avviate le procedure per formalizzare la richiesta della denominazione di origine IGP (indicazione geografica protetta).

Dopo aver seguito la costituzione dell'associazione, ora l'ente ca-

merale affiancherà i produttori perché possano giungere alla scrittura della ricetta e del relativo disciplinare, corredata dalla necessaria documentazione da produrre al Ministero delle Attività produttive e in sede europea per l'ottenimento dell'indicazione geografica protetta.

Per informazioni:
ufficio promozione
tel. 0171/318.746-758-818
e-mail:
promozione@cn.camcom.it

UN ANNO DI RASSEGNE INTERNAZIONALI CON IL CENTRO ESTERO ALPI DEL MARE

gli appuntamenti già collaudati negli anni, quelli che, per importanza o specificità, sono diventati irrinunciabili. Partecipare ad una fiera significa, soprattutto per le aziende medio-piccole, accettare il confronto, aprirsi a nuovi orizzonti, verificare il proprio appeal in un mercato sempre più esigente, articolato e complesso. Grazie al supporto organizzativo del Ceam, anche co-

se nel mito di via Veneto", sempre nella capitale, in data ancora da definirsi.

Per quanto concerne l'estero, il settore su cui si incentra la maggiore attenzione è l'agroalimentare, comparto chiave per la provincia di Cuneo. Le mete sono quelle tradizionali, di grande valore sul piano dell'immagine e dei concreti risvolti economici. Si andrà, ancora, a

Colonia, dall'8 al 10 di agosto, il WTM di Londra, dal 6 al 9 novembre e il BT expo di Bruxelles in dicembre.

Anche nel 2006 saranno riproposti i workshop legati alla commercializzazione delle macchine agricole. Le mete saranno due Paesi dell'Est europeo appartenenti all'Unione europea.

Continueranno le visite da parte di giornalisti e operatori economici stranieri ai diversi settori produttivi della provincia di Cuneo e sarà confermata, a livello locale, la partecipazione alla "Grande fiera d'estate", che si svolgerà a Cuneo tra il 31 agosto ed il 10 settembre.

CENTRO ESTERO ALPI DEL MARE - CUNEO

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA

Il programma per il 2006

Il Centro estero Alpi del mare, operante in ambito camerale, ha predisposto e avviato il programma promozionale per il 2006.

L'operazione, condizionata da situazioni di mercato non facili, a livello nazionale e mondiale, si è proposta di mantenere una significativa presenza delle produzioni della Granda alle rassegne che, periodicamente, disegnano la situazione nei diversi settori, esponendo le novità, favoriscono confronti e stimolano un sano spirito di concorrenza.

Tra le rassegne italiane e straniere incluse in elenco, molti sono

loro che incontrerebbero serie difficoltà nel presentarsi individualmente possono entrare nel giro, trovare gli spazi espositivi, avvalersi di un referente, contattare i grandi operatori commerciali e partecipare ad incontri di lavoro.

Ma veniamo agli appuntamenti. In Italia si predisporrà la partecipazione al Vinitaly di Verona, dal 6 al 10 aprile prossimo, a Cibus di Parma, dal 4 al 7 maggio. Confermate anche le iniziative varate dall'ente camerale a favore dell'enogastronomia, quali la presentazione del Barolo 2002 e del Barbaresco 2003 a Roma e Milano, oltre a una nuova proposta, "La gastronomia cune-

Tokyo per Foodex, dal 14 al 17 marzo, ad Amsterdam, per il Plma, il 30 e 31 maggio e si parteciperà al Fancy food summer, cioè all'appuntamento estivo di New York, dal 9 all'11 luglio. Seguiranno il Sial di Parigi, dal 22 al 26 ottobre, la puntata negli Stati Uniti per Barolo, Barbaresco & friends, in novembre, il progetto analogo in Asia e le diverse iniziative collegate all'accordo di programma con la Regione Piemonte e l'Istituto per il commercio estero.

Altro settore oggetto di interesse è il turismo. Si comincerà a marzo, dal 4 al 13, con la presenza dei cuneesi alla Foire internationale di Nizza e si proseguirà con RDA di



FOTO MAZZIGLIA

Presentato l'Osservatorio sull'imprenditoria femminile nella Granda

Quando l'impresa è in rosa



scita (+7% circa). Non solo, ma esprime una controtendenza, visto che in Piemonte, nei due anni considerati, si è andati in direzione opposta, con un calo di 11.000 unità.

Anche il tasso di occupazione

medio femminile, registrato nel 2004 in base alle stime Istat, risulta molto elevato e pone la Granda, con il 60,4%, al vertice delle province piemontesi, ben al di sopra delle medie regionale (53,7%) e nazionale (45,2%). Si tratta di un risultato oltremodo soddisfacente, in quanto addirittura superiore a quello che è l'obiettivo che l'Unione europea si propone di raggiungere nel 2010 (pari al 60%).

Per quanto riguarda il numero di cariche sociali rivestite dalle donne nelle imprese, il Cuneese occupa la seconda posizione in Piemonte, dopo Torino, incidendo per quasi il 16% sul totale regionale.

Nella nostra provincia la massima concentrazione di ruoli di responsabilità si registra nel settore dei servizi con il 28%, seguito dall'agricoltura

(26%) e dal commercio (21%).

Passando all'analisi dell'imprenditoria "rosa" autonoma, un dato interessante riguarda la suddivisione delle imprese per data di nascita. Se si considera la ripartizione per decenni, risulta che delle 17.765 imprese attive esistenti in provincia di Cuneo, il 58,4% ha preso le mosse tra il 1990 e il 1999.

L'indicazione è significativa se rapportata al resto del Piemonte. Non solo, ma Cuneo spicca anche fra le province piemontesi per il numero di imprese femminili rispetto al totale di quelle attive nate tra il '90 e il '99 e, con il 58,4% (10.381 ditte su un totale di 17.765), occupa il vertice della graduatoria, seguita da Asti (55,5%) e da Alessandria (50%).

Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese femminili a livello settoriale, a Cuneo la maggiore concentrazione interessa l'agricoltura (47%), incalzata dal terziario (46%). In Piemonte, al contrario, predomina nettamente quest'ultimo settore con il 67% delle imprese facenti capo a donne, mentre al settore agricolo spetta solo il 22% del totale.

Interessante anche la classificazione per forma giuridica. Nella Granda si registra un'elevata presenza di imprese individuali (14.455), pari all'81,4% del totale, a conferma della particolarità del ter-

ritorio e della prevalenza di aziende di piccole-medie dimensioni.

Trattandosi in massima parte di micro realtà, il valore della produzione dichiarato, in oltre il 90% dei casi, fa riferimento ad un fatturato non superiore ad 1 milione di euro nel 2004. Il fenomeno non varia sostanzialmente nelle altre province e non stupisce se si tiene conto di alcuni fattori che vanno dalla costituzione recente, alla prevalenza di ditte individuali mirate principalmente al commercio al dettaglio, all'attività di pubblico esercizio e all'agricoltura.

Anche l'artigianato, trasversale ai vari settori produttivi, vede al suo interno una buona partecipazione femminile. Sono risultate 4.725 le donne in attività nel 2004, con un'incidenza del 26,6% sul complesso delle imprese femminili, attive in tutti i settori produttivi della provincia.

La pubblicazione, che contiene un ampio spazio dedicato alle agevolazioni previste per le nuove imprese, è in distribuzione gratuita presso l'ufficio di regolazione del mercato della Camera di commercio. Sono invece consultabili sul sito internet (www.cn.camcom.it/imprenditoriafemminile) le slide proiettate in occasione del convegno di presentazione del volume.

Per informazioni:
ufficio imprenditoria femminile
tel. 0171/318.722-828

La premiazione il 12 maggio a Roma, nella Giornata nazionale dell'economia



Il Comitato di presidenza di Unioncamere nazionale ha promosso tre bandi rivolti alle imprese, nell'ottica delle linee prioritarie di intervento delle Camere di commercio: la responsabilità sociale, l'innovazione, il successo e la longevità imprenditoriale.

L'adesione ai bandi è gratuita; le imprese interessate sono invitate a presentare la documentazione prevista (che può essere scaricata dal sito internet www.cn.camcom.it/bandieconomia o richiesta agli uffici camerali), sia a Unioncamere sia alla Camera di commercio di Cuneo entro il 30 marzo 2006.

per le dichiarazioni magnetiche.

In caso di dichiarazioni multiple su supporto magnetico il soggetto che presenta la dichiarazione per conto dei dichiaranti dovrà effettuare il versamento dei diritti di segreteria relativo all'insieme dei MUD presentati, per ciascun plico inviato in un'unica soluzione, utilizzando un solo bollettino di pagamento di importo pari alla somma dell'importo dei diritti di ogni singolo MUD contenuto nella dichiarazione multipla.

Per informazioni:
Ufficio sportello unico
tel. 0171/318788-318704

MUD 2006: scadenza 2 maggio

Per la presentazione del Modello unico di dichiarazione ambientale e della comunicazione Ines-IPPC

La scadenza per la presentazione del modello MUD quest'anno è il 2 maggio. La comunicazione rifiuti, completa in tutte le sue parti, deve essere presentata alla Camera di Commercio competente per territorio in cui ha sede l'impianto e può avvenire con le seguenti modalità: mediante spedizione postale a mezzo raccomandata senza avviso di ricevimento, anche utilizzando la casella postale n.104 intestata alla Cciaa di Cuneo; mediante consegna diretta agli sportelli camerali di Cuneo, Alba, Saluzzo e Mondovì; mediante invio telematico.

Coloro che eseguono attività di

gestione dei rifiuti, comprese le attività di commercio ed intermediazione, devono presentarla esclusivamente su supporto magnetico o tramite compilazione on line.

La scheda semplificata va usata solo dai produttori di rifiuti che presentano il MUD su carta e che nel 2005 hanno prodotto non più di tre tipi di rifiuti, non hanno usato più di tre trasportatori e tre destinatari: esclusivamente i soggetti che rispondono a tutte queste condizioni possono compilare solo due fogli anziché gli altri cinque moduli.

Il programma informatico sarà messo a disposizione dei dichiaranti

sui siti internet di Ministero delle Attività produttive (www.minindustria.it), Unioncamere (www.unioncamere.it), Infocamere (www.infocamere.it), Ecocerved (www.ecocerved.it).

La dichiarazione MUD dovrà essere accompagnata dall'attestazione originale di versamento effettuato con bollettino di c/c postale sul conto n. 108126 intestato alla Camera di commercio di Cuneo, indicando nella causale di versamento il codice fiscale del dichiarante e la dicitura "diritti di segreteria MUD".

L'importo dei diritti di segreteria è stabilito in 15 euro per le dichiarazioni su modello cartaceo e 10 euro

come riconoscimento di "eccellenza professionale".

Il premio "impresa longeva e di successo", infine, è volto a premiare, fra le aziende italiane registrate come attive al registro delle imprese, quelle caratterizzate da longevità, solidità e successo. Il premio è suddiviso in quattro sezioni, dedicate rispettivamente all'agricoltura, all'industria, all'artigianato e al commercio e servizi. I premi conferiti saranno riconoscimento di "eccellenza professionale".

Per informazioni:
ufficio studi
tel. 0171/318.743-824
e-mail: studi@cn.camcom.it

Tre premi per le imprese

I premi, cui verrà data ampia pubblicità, saranno conferiti in occasione della cerimonia che si svolgerà a Roma, il prossimo 12 maggio 2006, in occasione della Giornata nazionale dell'economia.

Il premio "Impresa socialmente responsabile", giunto alla seconda edizione, ha l'obiettivo di premiare le imprese che si siano distinte in azioni e comportamenti orientati ai principi della responsabilità sociale. Alle prime cinque imprese classificate sarà conferito un premio come riconoscimento di "eccellenza sociale".

Il premio "giovane impresa innovativa", alla terza edizione, è rivolto a quelle imprese italiane, na-

te negli ultimi cinque anni, che si sono distinte nella valorizzazione economica di innovazioni e invenzioni sviluppate dall'impresa stessa o da soggetti terzi (ma non ancora utilizzate).

Il primo premio conferito consisterà nel riconoscimento di una borsa di studio triennale del valore complessivo (al lordo delle ritenute di legge) di 48.000 euro volta a finanziare un progetto di ricerca e sviluppo in collaborazione con una Università o un ente pubblico di ricerca, incentrato sui bisogni tecnologici e di innovazione di specifico interesse dell'impresa vincitrice. Alle prime cinque imprese classificate sarà inoltre conferito un premio

Artigiani... si diventa



“Come iniziare un’attività artigiana nella provincia di Cuneo”: questo il titolo della versione italiana della pubblicazione andata alle stampe alcuni mesi or sono nell’ambito del programma Interreg III A - Alcotra denominato ART (artigianato in rete transfrontaliera), portato avanti dalle Camere di commercio di Cuneo e di Imperia e dalla Chambre de Métiers des Alpes Maritimes nel ruolo di capofila. Il successo della pubblicazione, nata per informare gli artigiani d’oltralpe sulle opportunità di avvio di un’attività nella Granda, e la ricchezza del materiale raccolto dall’ufficio studi dell’ente cu-

neese, in collaborazione con Confartigianato ed Eurocin G.E.I.E., sono alla base della decisione di curare la traduzione in italiano dei testi, in modo da renderli accessibili anche agli aspiranti imprenditori di casa nostra.

Il volume parte dall’analisi delle caratteristiche della provincia di Cuneo attraverso alcuni indicatori economici, per affrontare poi la presentazione del territorio e l’andamento dell’export-import. Sono quindi illustrate le norme legislative che riguardano l’artigianato, le diverse forme giuridiche cui si può fare ricorso, le attività soggette ad autorizzazione, i documenti necessari per l’iscrizione all’Albo artigiani e al Registro imprese, gli obblighi nei confronti dell’Istituto di previdenza sociale, l’assicurazione obbligatoria, le procedure fiscali, le imposte statali. In chiusura sono

date indicazioni relative ai contratti di lavoro, all’assunzione del personale, alla tenuta dei libri paga.

Il mondo artigiano, anche in momenti di crisi come l’attuale, continua a rappresentare una chance per quanti desiderano svolgere un’attività autonoma e vantano una specializzazione. Non dimentichiamo che, nella nostra provincia, sono attive 20.382 imprese artigiane, con oltre 50.000 addetti tra titolari, soci, coadiuvanti e dipendenti.

A breve la Chambre de Métiers realizzerà la corrispondente guida rivolta agli imprenditori e aspiranti tali della provincia di Cuneo, interessati ad avviare un’attività artigiana in Francia.

Per informazioni:
ufficio studi
tel. 0171/318.743-824
e-mail: studi@cn.camcom.it

Eurocin GEIE News



EUROGIN GEIE E SPORTELLO EUROPA: UN SERVIZIO ONLINE COMPLETO E PRECISO

Dal gennaio 2006 Eurocin G.E.I.E. ha attivato un servizio di informazione europea più ampio ed efficiente, grazie a “Sportello Europa”, un servizio nato dalla collaborazione con Unioncamere Piemonte e l’Euro Info Centre della Camera di commercio di Torino. Il sito www.eurocin.org presenta così la nuova sezione Sportello Europa, in cui è possibile ottenere informazioni sui finanziamenti europei, sulle normative applicabili alle attività di impresa, sulle gare d’appalto comunitarie, sulla ricerca di partner commerciali o produttivi e su tutte le politiche comunitarie d’interesse per le imprese. È inoltre possibile porre quesiti sia on line sia telefonicamente al numero 848.800.229 (solo da telefono fisso, costo di una chiamata urbana), iscriversi alla mailing list per ricevere aggiornamenti e informazioni su bandi, nuove direttive o regolamenti, seminari organizzati dal sistema camerale.

GLI UFFICI DI RAPPRESENTANZA A BRUXELLES

All’interno del sito www.eurocin.org, inoltre, nella sezione Europa on line, è possibile consultare l’elenco dei principali uffici che rappresentano a Bruxelles il sistema economico e sociale dei rispettivi Stati di appartenenza. L’obiettivo di questa sezione è facilitare la comunicazione con gli enti che operano direttamente o indirettamente a fianco delle istituzioni comunitarie e che, pertanto, possono farsi portavoce degli interessi locali, fornendo informazioni più mirate, agendo da intermediari e favorendo la nascita di rapporti di collaborazione tra partner europei.

Per informazioni:
Eurocin G.E.I.E.
tel. 0171/318712
info@eurocin.org

AGEVOLAZIONI PER I BREVETTI

La legge finanziaria per il 2006 ha abolito le tasse di concessione governativa e le imposte di bollo sui brevetti per invenzioni, modelli di utilità e disegni.

In particolare, dal 1° gennaio non sono più dovute:

- le tasse e le imposte di bollo sul deposito delle domande di brevetto per invenzioni industriali, modelli di utilità e disegni e modelli (ex modelli ornamentali);
- le tasse sulle trascrizioni relative a invenzioni, modelli di utilità e disegni e modelli;
- le tasse di mantenimento in vita, di rinnovazione e proroga relative a invenzioni, modelli di utilità e disegni e modelli.

Rimangono invece invariati:

- le tasse e l’imposta di bollo sui depositi e rinnovi di marchi;
- i diritti di segreteria da versare alla Camera di commercio, relativamente a depositi, annotazioni e trascrizioni di marchi, invenzioni, modelli di utilità e disegni e modelli;
- le imposte di bollo sulle copie autentiche dei depositi;
- le imposte di bollo sulle domande di annotazione e trascrizione.

Maggiori informazioni sul sito internet della Camera di commercio alla pagina <http://www.cn.camcom.it/marchiebrevetti>

Per informazioni:
ufficio marchi e brevetti
tel. 0171/318.797-728-808
fax 0171/318829
e-mail: marchi.brevetti@cn.camcom.it

Protocolli di intesa e contratti tipo: più garanzia

Obiettivi: contrastare il contenzioso, spianare la strada alla chiarezza nelle operazioni che comportano la richiesta di beni o servizi oppure l’espletamento di prestazioni diverse.

L’operazione, attuata dall’area di regolazione del mercato della Camera di commercio di Cuneo, si rispecchia in una pubblicazione, presentata alla stampa il 17 febbraio, che presenta il testo dei protocolli di intesa e dei contratti tipo e l’elenco delle aziende che hanno aderito, in modo che il cliente possa individuarle.

Non si tratta di una iniziativa estemporanea, messa su alla svelta sull’onda emozionale di recenti orientamenti di mercato, bensì di un intervento che si è sviluppato negli ultimi cinque anni e che ha visto, nel ruolo di attori, le associazioni di categoria di artigiani e commercianti, quelle che si occupano della tutela del consumatore e l’ente camerale.

Nel tempo sono stati individuati percorsi diversi, superati da alcuni senza particolari problemi e più faticosi per altri, e si è approdati alla meta per dodici tipologie di operatori. Si tratta di titolari di aziende agricole per la vendita diretta di ortofrutta di qualità, lavanderie, intermediari immobiliari, ottici optometristi, fotocineoperatori, decoratori, elettricisti e impiantisti termici, commercianti di mobili, autoriparatori, appaltatori edili e artigiani del mobile. Per costoro, a prassi ultimata, si è proceduto alla firma dell’apposita convenzione, alla stesura del codice di comportamento e alla predisposizione del modello di contratto o del protocollo. Il tutto dopo una serie di confronti, mediati dal ruolo svolto dall’ente camerale e con l’appoggio del parere di un legale.

La modulistica chiarisce, nei dettagli, le condizioni di un accordo non

più basato su un generico rapporto di fiducia, ma definito nei particolari e messo giù, nero su bianco. Da parte del fornitore d’opera o rivenditore l’impegno al rispetto dei requisiti qualitativi concordati, delle scadenze, dell’intervento correttivo in caso di difetti; da parte del cliente la sottoscrizione del vincolo a rispettare l’ordinazione effettuata, a chiarire le proprie esigenze in tempo utile e, naturalmente, a pagare il conto. Per le eventuali controversie interverrà, su richiesta, il servizio di conciliazione della Camera di commercio.

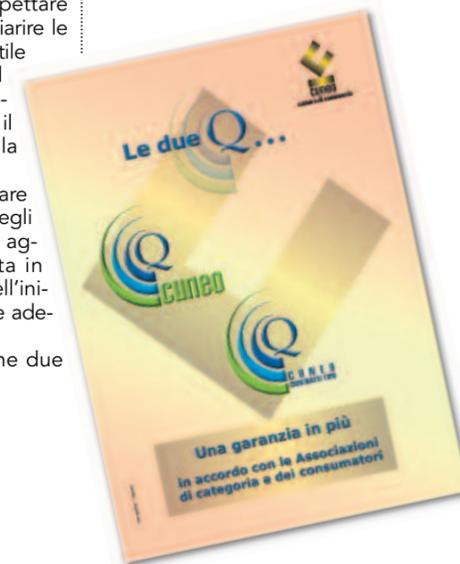
Quest’ultima, oltre a vigilare sulla corretta applicazione degli accordi e sul loro eventuale aggiornamento, è impegnata in un’attività di promozione dell’iniziativa, a favore delle aziende aderenti.

Sono stati registrati anche due

marchi, con una grande “Q” che sta per “qualità”, da esporre in vetrofania nei centri operativi interessati e da utilizzare sulla modulistica (“Q Cuneo” e “Q Cuneo contratti tipo”).

La pubblicazione è in distribuzione gratuita presso l’ufficio di regolazione del mercato della Camera di commercio o presso le associazioni di categoria e dei consumatori firmatarie degli accordi.

Per informazioni:
ufficio contratti tipo
tel. 0171/318.811-812
e-mail:
contratti.tipo@cn.camcom.it



La settimana nazionale della conciliazione

Il bilancio della seconda edizione: iniziative e campagne di informazione in tutta Italia

La seconda settimana nazionale di promozione della conciliazione delle Camere di commercio, svoltasi lo scorso ottobre, ha contribuito in misura significativa alla diffusione della cultura della conciliazione, intesa come scelta consapevole di percorsi alternativi alla giustizia ordinaria nella composizione delle controversie.

Un’analisi dettagliata dei dati emersi a consuntivo della manifestazione quasi totalitaria (84% circa) del sistema camerale, con ben 86 Camere di commercio (su un totale di 103) coinvolte in iniziative promozionali sulla conciliazione.

Gli eventi realizzati nel complesso sono stati 122; di questi 111 si sono svolti durante la settimana di conciliazione, mentre le restanti 11 iniziative hanno avuto luogo successivamente.

Oltre l’intenso complesso di iniziative citate, messe in campo sul territorio nazionale (tra cui 43 convegni, 8 simulazioni, nonché incontri con associazioni di categoria, scuole e Università) soddisfacente è anche risultata la campagna mass-

mediatica realizzata attraverso conferenze stampa, pubblicazione di articoli ed editoriali su varie testate, anche nazionali, nonché attraverso la trasmissione televisiva, radiofonica e sul web di uno spot appositamente progettato da Unioncamere, con la collaborazione di Retecamere, e pensato per i diversi canali di diffusione.

“ della conciliazione, permette ora di guardare la strada dal basso, in prospettiva più ampia, e non più dall’alto.

Da una rapida valutazione dei dati in nostro possesso, si conferma in crescita il trend relativo alle conciliazioni effettuate dal sistema camerale.

Infatti, dalle sole 112 procedure

(966 tra imprese e 3.617 tra imprese e consumatori).

I risultati fin qui raggiunti attraverso un impegno decennale delle nostre strutture consentono di sperare in un pieno decollo della conciliazione in Italia, consentendo un alleggerimento del carico di lavoro che grava sui Tribunali.

Questa prospettiva di sviluppo trova inoltre supporto nell’attuale contesto normativo, oggi più ricco rispetto al passato e caratterizzato, tra le altre, da due rilevanti novità: l’introduzione del Codice del consumo, che ha coordinato in un testo unico tutta la legislazione di tutela dei consumatori; la prevista attivazione del Registro degli organismi di conciliazione, voluta dalla riforma del diritto societario, al quale le Camere di commercio hanno diritto di accedere con presentazione di una semplice domanda.

Per informazioni:
sportello di conciliazione
tel. 0171/318.814-809
e-mail:
conciliazione.arbitrato@cn.camcom.it



In sostanziale continuità rispetto al passato, l’Unioncamere ha voluto utilizzare l’immagine della strada che da tempo identifica i servizi di conciliazione, ma una significativa inversione di prospettiva, allusiva del consolidarsi di una “forma men-

gestite nel corso del 1997 si è passati alle 864 del 2001, alle 1.138 nel 2002 (303 tra imprese e 835 tra imprese e consumatori). Nel 2004, infine, l’incremento rispetto all’anno precedente è stato del 100%, con un totale di 4.583 conciliazioni



Eurosportello Camera di Commercio di Cuneo

tel. 0171 318758-746-818
fax 0171 696581
e-mail: eurosportello@cn.camcom.it

BANDI DI GARA E FINANZIAMENTI

INTEGRARE E RAFFORZARE LO SPAZIO EUROPEO DELLA RICERCA

Sostegno alle politiche e anticipazione delle esigenze scientifiche e tecnologiche - Sostegno scientifico alle politiche: invito speciale concernente l'influenza aviaria/pandemica

La Commissione europea ha pubblicato un invito a presentare proposte "Sostegno scientifico alle politiche. Invito speciale concernente l'influenza aviaria/pandemica" nell'ambito dell'area tematica "Sostegno alle politiche e anticipazione delle esigenze scientifiche e tecnologiche" che fa parte del programma specifico "Integrare e rafforzare lo spazio europeo della ricerca" del Sesto programma quadro di ricerca e sviluppo tecnologico.

I settori oggetto dell'invito sono:

- gestione sostenibile delle risorse naturali europee;
- metodi di produzione nuovi e più rispettosi dell'ambiente per migliorare la salute e il benessere degli animali, compresa la ricerca sulle zoonosi, quali l'fta epizootica e la peste suina e lo sviluppo di vaccini «marcatori»;

- garantire la salute e la sicurezza e offrire opportunità ai cittadini europei;

- questioni inerenti alla salute pubblica, tra cui epidemiologia a sostegno della profilassi e reazioni di fronte a patologie nuove, rare e trasmissibili, allergie, procedure sicure per il dono di organi e sangue, metodi di sperimentazione non animale. Per verificare gli strumenti specifici richiesti per ciascun settore, i proponenti sono invitati a consultare il testo integrale dell'invito, richiedendolo al nostro ufficio.

Bilancio totale indicativo: 20 milioni di euro.

Termine ultimo per la presentazione delle proposte: 22 marzo 2006.

RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE

Il bando della Commissione europea, Direzione generale Occupazio-

ne e affari sociali, si intitola "Funding for projects in the field of social dialogue, industrial relations & corporate social responsibility".

La scadenza è il primo settembre 2006 per attività che inizino non prima del 1 novembre 2006.

PROMOZIONE DELLA COOPERAZIONE ECONOMICA TRA PMI

Programma quinquennale per la promozione della cooperazione economica tra PMI dell'Unione europea e dei paesi asiatici del sud, sud-est e Cina con l'obiettivo di intensificare il flusso degli investimenti e delle relazioni commerciali tra Europa e Asia, nell'ambito del programma comunitario Asia Invest II. Il bando è articolato in tre aree di attività:

- 1- attività di intermediazione volte a fornire alle PMI europee e asiatiche l'opportunità di incontrarsi e di istituire dei partenariati;
- 2- sviluppo del settore privato asiatico;
- 3- migliorare la capacità istituzionale, il lavoro in rete e il dialogo.

PIANO DI SVILUPPO RURALE DELLA REGIONE PIEMONTE: INCENTIVI PER ACQUISTO DI MACCHINE E ATTREZZATURE

La Regione Piemonte ha aperto un nuovo bando nell'ambito delle misure del Piano di sviluppo rurale rivolte alla selvicoltura. Si tratta nello specifico dell'azione I4A del Piano di sviluppo rurale "Investimenti materiali per l'acquisto di macchine ed attrezzature a carattere innovativo normalmente non reperibili sul mercato, al fine di promuovere nuovi sbocchi di mercato dei prodotti della selvicoltura".

Il finanziamento è costituito da un contributo in conto capitale pari all'80% della spesa ammissibile (la spesa massima ammissibile è di 100.000 €).

La scadenza per la presentazione della domanda è il 13 marzo 2006.

PIANO DI SVILUPPO RURALE DELLA REGIONE PIEMONTE: INCENTIVI PER L'ECOCERTIFICAZIONE DEI PRODOTTI DELLA SELVICOLTURA

La Regione Piemonte ha aperto il bando per l'accoglimento delle domande relative all'azione I4C del Piano di sviluppo rurale "Investimenti per l'ecocertificazione e l'acquisizione di un marchio di qualità ecologica dei prodotti della selvicoltura". La scadenza per la presentazione delle domande all'amministrazione regionale (Regione Piemonte, Direzione economia montana e foreste) è il quarantacinquesimo giorno dalla data di pubblicazione del bando sul Bollettino ufficiale della Regione Piemonte, avvenuta il 19 gennaio 2006.

RICHIESTE E OFFERTE DAL MONDO DALLE RETI BRE E VANS

Bulgaria

Rif. N. 200608973

Impresa commerciale, certificata ISO9000, operante nell'ambito della vendita all'ingrosso di parti di macchinari industriali, è interessata ad accordi commerciali, preferibilmente tramite agenti con buoni contatti con imprese europee di grandi dimensioni (oltre 250 addetti). Anno di fondazione: 1990 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 49 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200608965

Impresa agricola produttrice di semi di girasole sbucciati di dimensione in larghezza massima pari a 1 mm, in varie tipologie, tipo misto (massimo 5%), con chicchi spezzati, è interessata ad accordi commerciali e di distribuzione sul mercato europeo ed dell'area balcanica. Anno di fondazione: 2000 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: 47 Lingua di contatto: inglese

Estonia

Rif. N. 200507250

Società di trasporti internazionali-speditrice, di recente costituzione, è interessata a contattare società simili europee ed extra-europee per offerte incrociate dei propri servizi. Anno di fondazione: 2005 Addetti: inferiore a 9 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Lingue di contatto: inglese, russo

Lituania

Rif. N. 200506918

Società di import-export e vendita prodotti vari per l'edilizia, inclusa la produzione di pannelli isolanti per tetti e cemento per asfalto, offre servizio di marketing e distribuzione sul mercato lituano ad imprese europee di investimenti in PVC per pavimenti. La società è già rappresentante per la Lituania di imprese tedesche ed inglesi di prodotti per l'edilizia. Anno di fondazione: 1997 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 49 Lingua di contatto: inglese

Polonia

Rif. N. 200508205

Società di trasporti internazionali e servizi correlati, tipo assistenza logistica e stoccaggio merci offre i propri servizi ad imprese interessate al mercato polacco. L'impresa è localizzata nella zona di Varsavia ed è in fase di progettazione di un locale per stoccaggio merci pari a circa 10.000 metri quadrati. L'impresa è certificata ISO9000, ISO9001:2000 DIN EN. Anno di fondazione: 1951 Fatturato: inferiore a 2.5 milioni di € Addetti: inferiore a 149 Lingue di contatto: inglese, francese, tedesco

Rif. N. 200507989

Impresa manifatturiera di capi d'abbigliamento professionale e protettivo (tute, giacche per gestione magazzini, pantaloni militari eccetera) ricerca distributori ed imprese per accordi commerciali nell'Unione europea. Anno di fondazione: 1991 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 49 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200507221

Impresa del settore orafa specializzata nella realizzazione di gioielli in ambra e argento, e secondariamente con altre pietre preziose tipo opale, turchese, silicio eccetera ricerca distributori sul mercato europeo ed extra-europeo. Anno di fondazione: 1988 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200506971

Impresa manifatturiera specializzata in prodotti cosmetici semi-lavorati e cosmetici di produzione chimica svariati (shampoo, doccia-schiuma, creme da corpo e da viso eccetera) ricerca agenti/distributori sul mercato europeo. Anno di fondazione: 1985 Fatturato: inferiore a 7 milioni di € Addetti: inferiore a 49 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200506895

Impresa di produzione capi d'abbigliamento lavorati a maglia per bambini (cardigan, pullover eccetera), realizzati su tessuti di propria realizzazione, ricerca distributori sul mercato europeo. Anno di fondazione: 1995 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 49 Lingue di contatto: inglese, polacco, russo

Rif. N. 200506883

Impresa del settore della lavorazione dell'ambra, specializzata nella fabbricazione di lampade in ambra, sia naturale sia d'imitazione, ricerca agenti sul mercato europeo. Anno di fondazione: 1984 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200506240

Società di commercio all'ingrosso di articoli per la casa e intermediazione commerciale in genere offre i propri servizi ad imprese europee interessate al mercato polacco. Anno di fondazione: 1998 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200506234

Società di trasporto merci su strada (mezzi con semirimorchio, motrice eccetera), con licenza internazionale è interessata ad accordi commerciali con imprese europee. Anno di fondazione: 1985 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di €

Addetti: 12

Lingua di contatto: tedesco

Romania

Rif. N. 200508822

Impresa commerciale specializzata in parti ricambio e accessori per camion e rimorchi, localizzata nella zona di Timisoara, offre servizio di distribuzione-rappresentanza ad imprese produttrici europee interessate al mercato rumeno. Anno di fondazione: 2001 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 49 Lingue di contatto: inglese

Rif. N. 200508826-A

Impresa commerciale specializzata in parti ricambio autoveicoli, localizzata nella zona di Timisoara, offre servizio di distribuzione ad imprese europee produttrici o fornitrici del settore interessate al mercato rumeno. Contatti preferenziali sono con imprese che abbiano già esperienza con l'estero. Anno di fondazione: 1999 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingue di contatto: inglese, francese

Rif. N. 200508209

Impresa commerciale di fornitura all'ingrosso di parti-ricambio per motoveicoli e servizi logistici offre servizi di rappresentanza e logistici, eventualmente su base reciproca, ad imprese europee del settore interessate al mercato rumeno. L'impresa assicura una copertura sull'intero territorio. Anno di fondazione: 1995 Fatturato: inferiore a 40 milioni di € Addetti: inferiore a 250 Lingua di contatto: inglese

Slovenia

Rif. N. 200507075

Società di consulenza per le imprese, operante in un'ampia gamma di servizi tipo progettazione finanziaria-contabile, studi di mercato, bench-marking, valutazione dei clienti, e-business, partecipazione a programmi comunitari eccetera è interessata ad accordi commerciali con imprese del settore e non. Anno di fondazione: 2003 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingue di contatto: italiano, inglese

Rif. N. 200507292

Impresa produttrice di beni di consumo in carta quali fazzoletti, tovaglioli, carta igienica eccetera è interessata ad accordi commerciali ed anche di produzione incrociata con partner europei e dell'area balcanica. Anno di fondazione: 1873 Fatturato: superiore a 40 milioni di € Addetti: superiore a 250 Lingue di contatto: inglese, tedesco

Ungheria

Rif. N. 200506997

Impresa di trasporti internazionali via mare, strada e aereo offre servizi di assistenza logistica, stoccaggio e distribuzione merci, assistenza forma-

lità doganali ad imprese europee ed extra-europee. L'impresa è certificata ISO 9002.

Anno di fondazione: 1999

Fatturato: inferiore a 40 milioni di €

Addetti: inferiore a 49

Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200506917

Società di consulenza per le imprese offre i propri servizi ad imprese europee ed extra-europee interessate a localizzarsi e investire in Ungheria. Tipologia di assistenza fornita: scelta localizzazione, opportunità di finanziamento, formalità legali-amministrative (contatti con autorità locali, eccetera). Anno di fondazione: 2003 Addetti: inferiore a 9 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Lingue di contatto: italiano, inglese, tedesco

Rif. N. 200506906

Impresa lavorazione plastica su tecnica di stampaggio ad iniezione e relativa produzione di beni industriali e di consumo tipo casalinghi, parti di audio-video cassette, contenitori di Dvd eccetera è interessata ad accordi di distribuzione, anche reciproca. L'impresa è anche disponibile per esecuzione ordini in subappalto. Anno di fondazione: 2002 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingua di contatto: inglese

Rif. N. 200506906

Impresa lavorazione plastica su tecnica di stampaggio ad iniezione e relativa produzione di beni industriali e di consumo tipo casalinghi, parti di audio-video cassette, contenitori di Dvd eccetera è interessata ad accordi di distribuzione, anche reciproca. L'impresa è anche disponibile per esecuzione ordini in subappalto. Anno di fondazione: 2002 Fatturato: inferiore a 1.4 milioni di € Addetti: inferiore a 9 Lingua di contatto: inglese

DALL'EUROSPORTELLO DI CUNEO

Le seguenti richieste e offerte sono pervenute direttamente al nostro ufficio eurosportello, che potete contattare per informazioni e riferimenti.

Hong Kong

Grandex Limited è una ditta giovane e dinamica. Situata nel cuore economico di Hong Kong, è presente nel mercato cinese in modo consolidato così da essere in grado di seguire le richieste del cliente passo per passo con efficienza e velocità. Caratterizzata da flessibilità, acquisto e produzione su mandato del cliente. Questo significa che oltre ai prodotti già presenti nella nostra campionatura offriamo la possibilità di creare articoli in esclusiva partendo da un disegno o semplicemente da un'idea del cliente.

Slovenia

Me-plast kozina d.o.o. è sul mercato dal 1985, prevalentemente occupa uno spazio e una posizione molto solida nel mercato sloveno. Da più di 10 anni cooperiamo con varie aziende italiane. Cerchiamo azienda italiana, preferibilmente produttrici di plastica e offriamo capannone nuovo, appena costruito (offriamo 400 metri quadrati), nella nuova zona industriale Hrpelje Kozina, a 10 km da Trieste.

NOTIZIE FLASH DALL'UNIONE EUROPEA

L'IMPRESA PER LA DIVERSITÀ: RAPPORTO 2005

Il Rapporto prende in esame la politica delle imprese per quanto riguarda la diversità, sulla base del feedback di due studi realizzati durante il 2005 tra imprese dei 25 Stati membri dell'Unione europea. L'83% delle imprese che hanno adottato una politica sulla diversità giudica buoni i risultati. I vantaggi economici principali comprendono: poter fare assunzioni attingendo da un bacino maggiore di candidati, potersi permettere di mantenere più a lungo i lavoratori più efficienti, rapporti migliori con la comunità, rafforzamento dell'immagine dell'impresa. Tuttavia, ancora quasi la metà delle imprese deve implementare una politica sulla diversità. Mentre le imprese nel nord-ovest europeo presentano una maggiore esperienza nelle politiche sulla diversità, quelle dell'est e i nuovi Stati membri sottolineano la necessità di maggiore informazione su come svilupparle. Il rapporto pone l'accento sulle politiche che promuovono la non-discriminazione sulla base dell'origine etnica, la disabilità, la religione o il credo, l'età e l'orientamento sessuale nel posto di lavoro.

ANNUARIO EUROSTAT 2005

Quanto incidono le spese per l'alloggio, l'alimentazione e l'abbigliamento sui consumi domestici nei 25 Stati dell'Unione europea? In quale Stato membro vi è il numero maggiore di imprese che hanno accesso ad Internet su banda larga? Quale ha la maggior produzione di legno? Quale presenta il più alto rapporto insegnanti/studenti? Le risposte a queste e tante altre domande si possono trovare nella decima edizione dell'Annuario Eurostat, pubblicato dall'Ufficio statistico della Commissione europea. Riporta cifre e dati sull'Unione europea e sui suoi Stati membri, sull'euro-zona, sullo Spazio economico europeo e su altri protagonisti della scena globale. Offre una buona comprensione di tutti i temi per i quali Eurostat possiede dati statistici, corredati di testi esplicativi, grafici, un glossario e un elenco delle abbreviazioni.

OLTRE 100.000 REGISTRAZIONI PER IL DOMINIO .EU.

L'ufficio per la registrazione degli indirizzi Internet dell'Unione europea è stato sommerso da 40.500 domande nell'arco di 15 minuti dal suo lancio. Il nuovo dominio ".eu" è stato reso disponibile per le imprese e gli enti pubblici a partire dal 7 dicembre 2005. Secondo Eurid, i tedeschi, i francesi e gli olandesi sono stati i più "avid" nel richiedere il nuovo dominio, seguiti dalle domande provenienti dal Regno Unito, dal Belgio, dalla Svezia, dall'Italia e dall'Austria. Per i primi quattro mesi dal lancio del dominio, gli organismi pubblici e i possessori di un marchio di fabbrica hanno la priorità nella presentazione delle domande. Saranno seguiti da altre organizzazioni e società, e infine dai singoli cittadini, che potranno presentare le loro richieste a partire da aprile del prossimo anno.

Russia

Siamo uno dei fornitori abiti sportivi/casual migliori con 35 depositi in Russia, 12 depositi e una fabbrica in Turchia. Desideriamo ricevere l'autorizzazione per la distribuzione, ufficio rappresentativo per marche italiane di abiti sportivi/casual. Gradiremmo il vostro aiuto per avere contatti e informazioni su come ricevere questo genere di licenza dalle aziende che cercano questo genere di distributori.

Ucraina

Azienda ucraina ricerca partner per business congiunto settori alberghiero, costruzioni, industria e commercio attrezzature, disponibilità di complessi produttivi e lotti terrieri.

Francia

Azienda francese specializzata materiale Iveco ricerca partner per accordi di distribuzione. L'azienda dispone di proprie strategie strutturate nella Francia dell'ovest.

Lituania

Azienda lituana specializzata in vendita e noleggio di autovetture e fur-

Se ne parlerà in un convegno nella Sala Contrattazioni il prossimo 31 marzo

In distribuzione le carte tachigrafiche



L'introduzione della carte tachigrafiche e dei cronotachigrafi digitali nasce dall'esigenza di avere a disposizione strumenti più sicuri, di

più facile utilizzo e con maggiore affidabilità per i conducenti di automezzi, le aziende di trasporto, le officine e le autorità preposte ai controlli.

L'iniziativa coinvolge tutti gli Stati dell'Unione europea e alcuni Stati che, pur non essendo membri, hanno deciso di aderire (Svizzera, Liechtenstein, Norvegia e Islanda).

Negli ultimi mesi alla Camera di commercio è decollata l'operazione di rilascio delle carte tachigrafiche,

che, dovranno essere utilizzate obbligatoriamente, durante la guida, dai conducenti di mezzi adibiti al trasporto di persone o cose.

La Giunta camerale ha deliberato di operare congiuntamente con tutti i rappresentanti del settore dei trasporti, grazie ad apposite convenzioni con le associazioni di categoria.

Per dare risalto all'operazione e

per affrontare queste tematiche di particolare attualità la Camera di commercio ha organizzato il convegno "Cronotachigrafo digitale e carte tachigrafiche", che si svolgerà venerdì 31 marzo, alle ore 9.30, nella Sala Contrattazioni in via Roma n. 15 a Cuneo.

Interverranno Romano Manoni (Unioncamere Roma), Agostino Olivato (Infocamere Padova), Lorenzo Maresca (Sales Manager MSU Fleet Siemens VDO), Paolo Sangiorgio (Ministero Infrastrutture e trasporti), Paolo Uggè (Sottosegretario di Stato).

Per informazioni:

ufficio sportello unico

tel. 0171/318.704-788

e-mail: cccuneo@cn.camcom.it

Aeroporto di Cuneo Levaldigi: verso il futuro

Vola verso il futuro l'aeroporto di Cuneo Levaldigi. Grazie alla disponibilità di Regione e Provincia, alla convinta adesione della Camera di commercio e alla presa di posizione dei comuni della Granda con una quota nella Geac, la società di gestione, la ricapitalizzazione dovrebbe arrivare a conclusione entro aprile. Nel frattempo prosegue il progetto di rilancio, che può già contare sui positivi riscontri di iniziative quali il volo per la Romania, il servizio di appoggio a Caselle nel periodo olimpico, il supporto allo scalo torinese quando le condizioni meteo ne penalizzano l'operatività.

Un'altra importante, positiva novità è venuta dalla comunicazione che le spese connesse al servizio prestato dai Vigili del fuoco sarà, d'ora in poi, a carico dello Stato, alleggerendo il bilancio dell'aeroporto di una voce che si è sempre

rilevata pesante. Non solo, ma nella Finanziaria 2006 è di nuovo inserito il discorso della "continuità territoriale" da cui potrebbero derivare altri vantaggi di rilievo, grazie ad un meccanismo, ideato su scala europea e già applicato ad alcuni scali italiani, motivato dalla necessità di collegamenti per le aree periferiche e svantaggiate. Queste considerazioni, insieme al desiderio di valorizzare al meglio anni di sacrifici, di lavoro e di spese, sfociati nella realizzazione di un complesso moderno e funzionale che molte altre aree ci invidiano, hanno fatto prevalere la tesi della speranza.

D'altra parte, l'utilità di un'aerostazione per la nostra provincia è indiscussa. Sulla carta il bacino interessato fa leva - in base ad uno studio fatto svolgere dalla stessa Geac - su 1.700.000 abitanti, il che corrisponde ad 800.000 potenziali utenze all'anno. Vale la pena, dun-

que, mostrarsi determinati e non abbandonare il sogno cullato da decenni. Il collegamento aereo è la porta verso il resto d'Italia e il mondo, il legame veloce, moderno, funzionale, il requisito indispensabile per non sentirsi tagliati fuori, in un contesto economico che premia

le aree meglio servite da infrastrutture stradali, ferroviarie e aeree e che, in tempi in cui la possibilità di spostarsi è determinante, non perdona lentezze e difficoltà. Sosteniamo convinti, dunque, l'aeroporto di Levaldigi, perché sappiamo che ne vale la pena.

La novità nella continuità

Un nuovo logo per la Camera di commercio

La Camera di commercio di Cuneo ha aderito all'iniziativa promossa da Unioncamere nazionale per l'adozione di un logo unico, idoneo a rendere riconoscibili gli enti camerali.

Le Camere di commercio e le aziende speciali sono state invitate ad integrare i propri marchi con un nuovo simbolo appositamente studiato per coordinarsi a quelli già in uso, coniugando così la storia di ciascun ente con il nuovo marchio del sistema.

Il segno grafico è stato studiato per esprimere il significato di "casa comune delle imprese", "motore comune", grazie a un simbolo dinamico, avvolgente, che accoglie e raccoglie idealmente le varie realtà provinciali.

Nel nuovo marchio la "C" di Camere di commercio e la "I" di Italia si allungano e si fondono formando un contenitore dinamico che richiama la prua di una nave, di colore rosso scuro. A sinistra della nuova immagine ciascuna Camera di commercio man-

tiene il proprio marchio: la storia e l'identità di ogni Camera vengono così a fondersi con il nuovo.

Il progetto nazionale prevede inoltre, accanto all'adozione di questo nuovo logo, un piano di comunicazione per utilizzare in modo corretto il marchio, sia internamente da parte dei vari uffici camerali, sia esternamente, da parte degli altri enti o associazioni con i quali l'ente collabora per progetti o eventi specifici.

Per la nostra Camera, il nuovo logo prevede, oltre all'elemento comune, una lieve modifica del precedente, con un arrotondamento nelle forme, per meglio abbinarlo alla nuova immagine, mantenendo tuttavia la visibilità che aveva acquisito negli anni.

Per informazioni:

ufficio relazioni con il pubblico

tel. 0171/318.728-797-808

e-mail: urp@cn.camcom.it

LA CAMERA DI COMMERCIO DI CUNEO È PARTE DEL SISTEMA CAMERALE

La nostra Camera ha aderito al progetto nazionale

che vuole unificare con un marchio comune

l'immagine delle Camere di commercio

mantenendo nello stesso tempo

un richiamo alla storia e al logo

di ciascuna realtà provinciale.

LA NOVITÀ NELLA CONTINUITÀ



Camera di Commercio
Cuneo

Nel nuovo logo al precedente marchio è affiancato il segno identificativo del sistema camerale, composto dalla "C" di Camere di commercio e dalla "I" di Italia, che si allungano e si fondono in un contenitore dinamico, all'interno del quale è inserita la denominazione "Camera di commercio Cuneo"

www.cn.camcom.it



Rossa di Cuneo: la grande mela!



The **BIG APPLE** of ITALY
MELA ROSSA CUNEO

dal progetto "CUNEO PROVINCIA TRASPARENTE"



Spazio riservato all'indirizzo