



Anno X

Numero 3 - 2004

Diffusione gratuita

**Le manifestazioni  
fieristiche**

**Marchio comunitario  
per il Carciofo di Cupello**

**Cala Lenta**

**Seconda giornata  
dell'economia**





## CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI CHIETI

### **PRESIDENTE**

Dino DI VINCENZO

Franco CALZIA

Franco CAMBI

Rocco CARAMANICO

Franco CAROLI

Aldo CERULLI

Massimo CIRULLI

Nicola COSTANTINI

Vincenzo D'ALESSANDRO

Alessandro DI VINCENZO

Dino DI VINCENZO

Domenico FALCONE

Gianfranco FUMAROLA

Enzo GIAMMARINO

Nicola LA MORGIA

Patrizio LA PENNA

Adriano LUNELLI

Roberto MANCINI

Calogero MARROLLO

Vincenzo MEZZANOTTE

Nicola MOLINO

Domenico PASETTI

Roberto ROBERTI

Carlo SALVATORE

Ottaviano SEMERANO

Icilio SIDERI

Nino SILVERIO

### **VICEPRESIDENTE**

Nicola MOLINO

### **GIUNTA**

Franco CALZIA

Franco CAMBI

Dino DI VINCENZO

Nicola MOLINO

Enzo GIAMMARINO

Domenico PASETTI

Nino SILVERIO

### **REVISORI DEI CONTI**

Giovanni CIOFFI

Paola SABELLA

Mariano SANTOMAGGIO

### **CONSIGLIO**

Ferdinando BUCCELLA

### **SEGRETARIO GENERALE**

Ettore LALLI



Osservatorio economico della provincia di Chieti

Anno X, Numero 3 - 2004

Isr. Trib. di Chieti n.2 anno 1994 - Reg. pubbl. periodici.

Periodico edito dalla Camera di Commercio Industria Artigianato di Chieti.

#### **Direttore responsabile**

Ettore Lalli

#### **Comitato di Redazione**

Massimo Di Cintio, Sandra Di Matteo, Ettore Lalli, Giovanni Marcantonio, Maria Loreta Pagliaricci

#### **Hanno collaborato a questo numero**

Massimo Di Cintio, Sandra Di Matteo, Franco Di Silverio, Alessandra Fiore, Francesca Renzi.

#### **Foto**

Claudio Carella, Giuseppe Cavaliere, Mauro Montanaro. Archivio e biblioteca Camera di Commercio di Chieti. Archivio Grafiche Di Prinzio.

#### **Progetto grafico, impaginazione, fotolito, stampa**

Grafiche Di Prinzio - Guardiagrele (Ch) - Tel. 0871.85900

Delle opinioni manifestate negli scritti sono responsabili i singoli autori dei quali la direzione intende rispettare la piena libertà di giudizio.

La riproduzione anche parziale di quanto pubblicato è consentita soltanto citando la fonte.



Stand Abruzzo al MiWine di Milano

## Terra nostra

---

Nascere in Abruzzo ed essere abruzzese	3
---	---

## Andar per fiere

---

Vinitaly e MiWine per il vino, Sol e Cibus per l'olio e le altre specialità regionali	11
---	----

Marchio comunitario per il Carciofo di Cupello	25
---	----

Tre appuntamenti per l'artigianato	29
------------------------------------	----

## Economia e servizi

---

Turismo e tradizione in provincia di Chieti	35
--	----

## Eventi

---

Cala Lenta	41
------------	----

## Insero economico

---

Seconda giornata dell'economia	45
--------------------------------	----

Cari lettori, dopo i primi due numeri monografici l'Osservatorio Economico torna nella sua veste consueta, per approfondire alcuni argomenti che hanno interessato il nostro territorio negli ultimi mesi e nuove tematiche di interesse per gli utenti dell'ente camerale, senza trascurare il profilo storico culturale. Un aspetto, quest'ultimo che ha ben trattato il professor Franco Di Silberio, non solo urologo di fama internazionale ma anche appassionato studioso della nostra regione e della sua gente e ideatore dell'affascinante Museo delle Arti e delle Tradizioni Contadine di Picciano.

E a proposito di tradizioni, questo numero dell'Osservatorio le affronta sotto tre diversi aspetti: per conoscere più da vicino la situazione dell'attività agrituristica con specifica attenzione alla nostra provincia, per raccontare un evento che ha esaltato e fatto conoscere sulla stampa nazionale le specificità della fascia costiera e quelle straordinarie strutture che sono i Trabocchi e per illustrare la presenza delle imprese abruzzesi dell'artigianato artistico e dell'agroalimentare nelle più importanti manifestazioni fieristiche del primo semestre del 2004.

Infine uno sguardo ai numeri della provincia di Chieti presentati in occasione della seconda edizione della "Giornata dell'Economia", il 10 maggio scorso. Si tratta di una fotografia puntuale e aggiornata delle tendenze evolutive dei sistemi produttivi territoriali, delle imprese e dei fattori che ne condizionano lo sviluppo. L'Ufficio Studi e Statistica della Camera di Commercio di Chieti ha analizzato l'evoluzione dei principali indicatori evidenziando una tendenza sostanzialmente positiva nella quale la nostra struttura produttiva risulta in crescita così come le esportazioni e il reddito disponibile delle famiglie.

Nel salutarvi, vorrei ricordare che la redazione dell'Osservatorio è aperta a ricevere e a valutare l'opportunità di ospitare il contributo di idee e di suggerimenti degli operatori su argomenti riguardanti il profilo socio-economico della provincia di Chieti.

Vi auguro una buona lettura.

Ettore Lalli



# Nascere in Abruzzo ed essere abruzzese

Riflessioni di un uomo fortunato

a cura di  
Franco Di Silverio

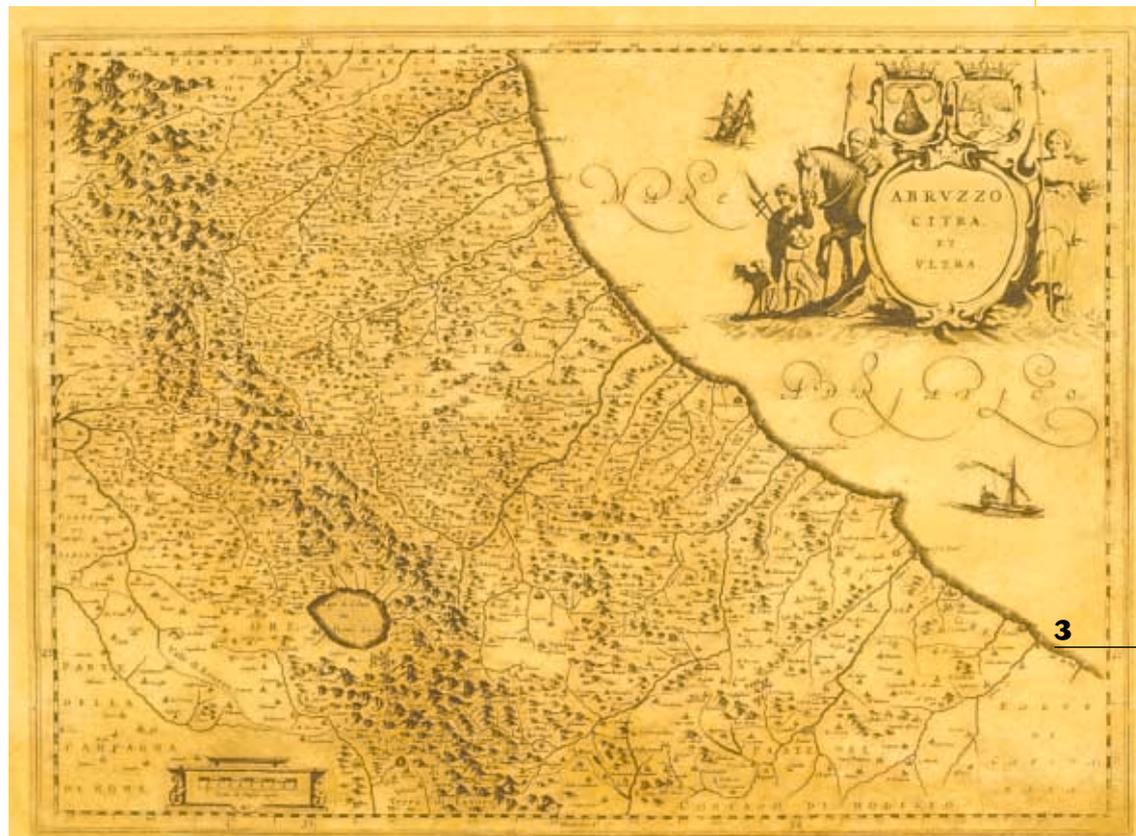
**Sono stato tentato di scrivere in dialetto, ma mi sono subito ricordato che l'Abruzzo è gli Abruzzi per cui non è solo quello "ulteriore" o "citeriore" ma tanti paesi dove, anche a distanza di meno di un chilometro, ad un dialetto coperto da francesismo corrisponde un altro di grande influenza aragonese-spagnola, per finire in un altro con influenza albanese.**

Sono stato tentato di scrivere in dialetto, ma mi sono subito ricordato che l'Abruzzo è gli Abruzzi per cui non è solo quello "ulteriore" o "citeriore" ma tanti paesi dove, anche a distanza di meno di un chilometro, ad un dialetto coperto da francesismo corrisponde un altro di grande influenza aragonese-spagnola, per finire in un altro con influenza albanese.

Mi ha aiutato allora Silone quando scrive "la lingua italiana è per noi una lingua straniera, una lingua morta, una lingua il cui dizionario e la cui grammatica si sono formati senza alcun rapporto con noi, con il nostro modo di agire, con il nostro modo di pensare, con il nostro modo di esprimerci. Naturalmente prima di me, altri cafoni meridionali hanno parlato e scritto in italiano, allo stesso modo che andando in città noi usiamo portare scarpe, colletto e cravatta. Ma basta osservarci per scoprire la nostra goffaggine. La lingua italiana, nel ricevere e formulare i nostri pensieri, non può fare a meno di storpiarli, di corromperli, di dare ad essi l'apparenza di una traduzione". E allora per questo scritto prendo a prestito la lingua italiana e mi esprimo con l'animo nostro dialettale.

Che cos'è l'Abruzzo, chi sono gli abruzzesi: "Abruzzo, parola che suona all'orecchio aspra e strana, subito mi mette innanzi il quadro di un paese di bellezza singolare, fiera e maestosa"; così si esprimeva, nel suo Viaggio negli Abruzzi, Ferdinando Gregorovius, conoscendo bene le nostre vallate e le nostre montagne. "Una lontananza ampia, turchinicia e misteriosa che si dilegua alla vista del languore del giorno"; così invece un sorprendente Gabriele D'Annunzio o come "il destino degli uomini nella regione che da otto secoli viene chiamata Abruzzo è sta-

Carta geografica dell'Abruzzo Citra e Ultra tratta dal "Theatrum Orbis terrarum sive Atla Novus" - Johannes Blaeu, Amsterdam 1660





Sorgenti del fiume Pescara

to deciso principalmente dalle sue montagne”; così con la sua estrema sensibilità Ignazio Silone traccia la fisionomia degli Abruzzi.

“Gli Abruzzi, ecco, per me sono un mistero, da ragazzo lo ritenevo un paese sperduto tra le montagne, coperto da un cielo azzurro, avvolto di neve, di ghiaccio, di vento. Dentro vi vedevo camminare i pastori dannunziani”; così scriveva Domenico Rea. Ma forse la più bella definizione viene dal grande Raffaele Mattioli, il presidente della Banca Commerciale Italiana, vastese ed abruzzese purosangue, senza la cui presenza nella storia della letteratura italiana forse non avremmo avuto i Benedetto Croce, i Montale e gli Ungaretti e nemmeno Andalò avrebbe scritto la “Storia del Regno di Napoli”.

Questo uomo, incredibilmente colto negli aspetti economici e di diritto monetario, mecenate della cultura italiana, così scriveva “Si nasce dove si nasce. Se chiedi a un abruzzese non inurbato - tu di dove sei? - ti sentirai rispondere - di lu paese me’. Conosco troppo bene la gente della mia terra e so quanto sia ritrosa di fronte alle manifestazioni ufficiali”. Queste definizioni possono, solo in parte, spiegare perché degli Abruzzi e di noi abruzzesi, in ogni parte del mondo, si ha una certa idea e memoria.

In fondo se andiamo indietro nella storia, gli Abruzzi stessi sono stati per i Romani un grosso problema sempre presente fino a quando non sono riusciti a sottometterli. Dagli Abruzzi l’Impero Romano ha ricavato il nucleo del proprio esercito e tutta la struttura burocratica che l’ha reso efficace e duraturo nel tempo. Già collocati ad oriente, se vogliamo troppo ad oriente per i Romani, con l’incoronazione di Carlo Magno la notte di Natale dell’800 e la nascita del regno che verrà meglio conosciuto con la dizione di Regno delle Due Sicilie, l’Abruzzo si vedrà collocato per 980 anni troppo a nord per questo Regno e troppo a sud per tutti gli altri stati. Questo sentimento di lontananza, di periferia e di non appartenenza è ben evidente nella espressione che il Boccaccio mette in bocca ad uno dei personaggi del Decamerone che, testualmente, dice: “per fuggire alla peste di Firenze bisogna andare più in là che gli Abruzzi”. Ma questa collocazione periferica non è vera: basta ricordare Federico II che





*Gran Sasso d'Italia  
visto dal versante pescarese*

pone Sulmona capitale d'Abruzzo, dettò ed impose le regole dell'Editto di Melfi, e l'Abruzzo visse fiorente, colto e grande per più di tre secoli diventando il crocevia fondamentale per il passaggio, non solo della strada della seta, ma anche quella delle crociate. Che poi questa terra fosse sconosciuta al nord Italia è ben documentato da quanto accadde a Vittorio Emanuele II che, battuti i papalini nella battaglia di Castelfidardo, superato il fiume Tronto, si ritrovò senza una carta topografica dell'Abruzzo e non avrebbe mai potuto incontrare il Generale Garibaldi a Teano se non fosse venuto in suo soccorso il Barone Coppa-Zucca di Città Sant'Angelo che (con in mano le carte murattiane) indicò al novello re d'Italia la strada che attraverso il Piano delle Cinque Miglia Roccaraso-Castel di Sangro portava a Napoli. Per tale aiuto il Barone fu immediatamente nominato Cavaliere dell'Ordine Mauriziano e deputato al Governo Cisalpino. E' solo a fine 1800 che l'Istituto Imperiale Geografico inglese inviò in questa regione un cartografo capace, Edward Lear, che fu il primo a far conoscere l'Abruzzo in tutto il mondo, ma naturalmente lesse, vide e trascrisse l'Abruzzo da perfetto inglese.

Collocati in questa posizione e discendenti da popoli come i marrucini, i peligni, i vestini, i frentani, disegnati e influenzati dalle montagne, dai terremoti, dalle carestie e da una povertà a volte disperata, come si è affermato il nostro carattere? Chi siamo e cosa siamo stati?

Mi piace iniziare dalla citazione di Quinto Ennio "Per avere un grande esercito, ai Romani sono stati necessari: "marsa manus, peligna cohorts, vestina virum vis", vale a dire: un manipolo di marsicani, un battaglione di peligni e la forza degli uomini vestini. I Romani sperimentarono già questo nella battaglia di Zama e più tardi Ponzio Pilato volle che, per andare in Galilea, i suoi legionari fossero almeno al 90% di origine abruzzese. L'incontro fra il legionario romano e Gesù "vi era lì un vaso pieno di aceto. E i soldati, inzuppata una spugna nell'aceto, la posero in cima ad una canna d'issopo e l'accostarono alla bocca di Gesù" (Giovanni 10-20). Un legionario, di nome Longino, accostò



*Guerriero di Capestrano  
Chieti, Museo Archeologico Nazionale*

*Castello Caldora - Pacentro (Aq)*





*Trabocco di zii Tommaso  
Fossacesia (Ch)*

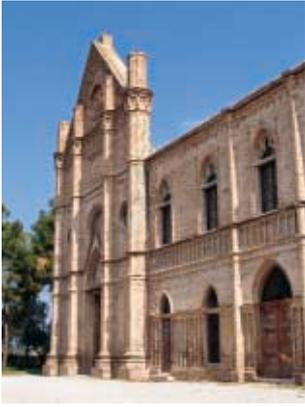
poi la sua lancia al costato e lo trafisse e ne uscì sangue". Nella leggenda abruzzese, quel Longino era un frentano di origine lancianese. Questo carattere forte, nell'ambito di una struttura dell'esercito, si rese ben evidente durante la "Battaglia della Beresina" dove Giovacchino Murat, per salvaguardare i grognard, la Grande Armée, e fondamentale Napoleone Buonaparte, gettò nella mischia 8.000 abruzzesi. Molti di essi perirono, molti tornarono con arti amputati dal congelamento e gran parte con malattie neurologiche dovute all'assideramento. Questo carattere disposto all'obbedienza, al sacrificio, pronto a superare tutte le avversità, viene ampiamente confermato dai morti sugli altipiani di Asiago e durante la ritirata di Caporetto durante la Prima Guerra Mondiale, ma principalmente si esprime e si esalta nel fronte greco-albanese della Seconda Guerra Mondiale (1940-41) e con l'Armir nelle anse del Don e nella grande ritirata di Russia.

Non si può capire questi abruzzesi e l'Abruzzo senza capire Celestino V (così diceva anche Ignazio Silone) e la grande influenza che Pietro da Morrone, ebbe nei secoli a venire su tutta la vita del mondo abruzzese. Umiltà e rassegnazione, ma non sottomissione, coraggio delle proprie azioni, sprezzo sicuramente dei vantaggi, non accettabilità di compromessi. Questo ha insegnato per secoli Pietro da Morrone, morto, incatenato, a Castel Fumone. Questo ha continuato a rappresentare il Cardinale Mazzarino da Pescara, che in Francia in tre anni ristrutturò tutto il sistema burocratico, e, dalla Corte di Versailles, ebbe il coraggio di dividere il popolo nelle sue tre classi: nobile, ecclesiastica e plebea.

Carattere e determinazione fortemente espressi naturalmente da Giovanni da Capestrano che, da solo, arringava il popolo viennese nella crociata contro i turchi per salvaguardare la Slovenia e la Croazia ed oggi, sepolto a Vukovar, viene considerato un eroe basilare dell'indipendenza e della sopravvivenza di questi stati.

*Trifora, Chiesa di San Pietro  
Loreto Aprutino (Pe)*



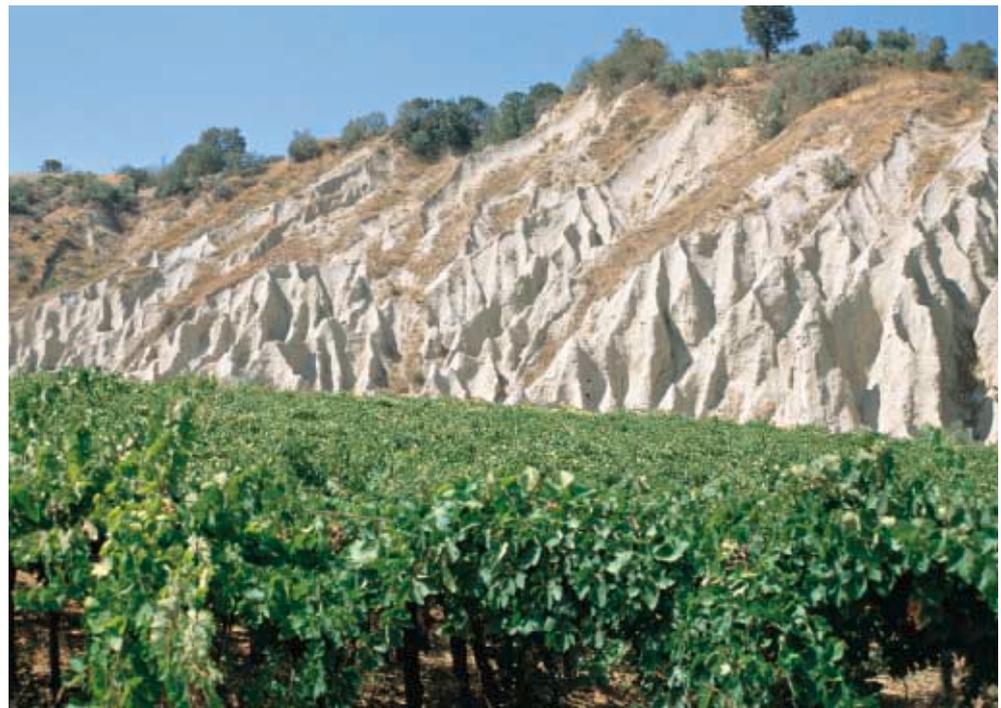


Badia di Corropoli (Te) - sec. XI

Da un punto di vista più strettamente culturale, ma con caratteri simili, Luca da Penne divenne in questi secoli il punto di riferimento di tutto il mondo legislativo ed educativo lasciando ancora oggi un segno indelebile delle proprie capacità, delle grandi intuizioni e della continuità di quel diritto romano mai abbandonato e mai messo da parte. Personaggi dello stesso livello culturale si esprimono nella Grande Emigrazione verso gli Stati Uniti, verso l'America del sud nel fine ottocento dopo l'arrivo dei piemontesi e dopo il fenomeno del brigantaggio. Anche in questa occasione la solita dignità, che nasce sicuramente da un'educazione derivata dalla transumanza che per 2000 anni ha segnato la storia sociale dell'Abruzzo, ma che è stato il filo conduttore con cui si può interpretare tutta la nostra storia. Transumanza significava allontanamento dalla propria famiglia, significava essere accettati in terre "straniere", significava rappresentare un carattere di assoluta onestà e di specchiata affidabilità. Tutto ciò che ho detto non vuole significare che il carattere abruzzese è immutabile: prodotto dalla storia esso può essere modificato dagli avvenimenti attuali e dalla storia stessa. E' bene però sapere, come già ho accennato, che è stata "una storia a volte penosa, sicuramente oscura, sempre difficile, in un ambiente naturale - come diceva Ignazio Silone - quantomai aspro, dai più tormentati dal clima, dalle alluvioni, dai terremoti. Da questo è derivata un'estrema resistenza al dolore, alla delusione, alle disgrazie. Una grande e timorosa fedeltà, una umile accettazione della croce con l'elemento indissociabile della condizione umana". E voglio concludere con Benedetto Croce "... quando c'è bisogno non solo di intelligenza agile e di spirito versatile, ma di volontà ferma e di persistenza e di resistenza, io mi sono detto a voce alta: tu sei abruzzese!".

Da parte mia, infine, posso dire che la nostra storia ha formato uomini ed ambiente, e che non vi è stata mai miseria, ma povertà, mai arroganza, ma sapere, mai presunzione, ma cultura. 

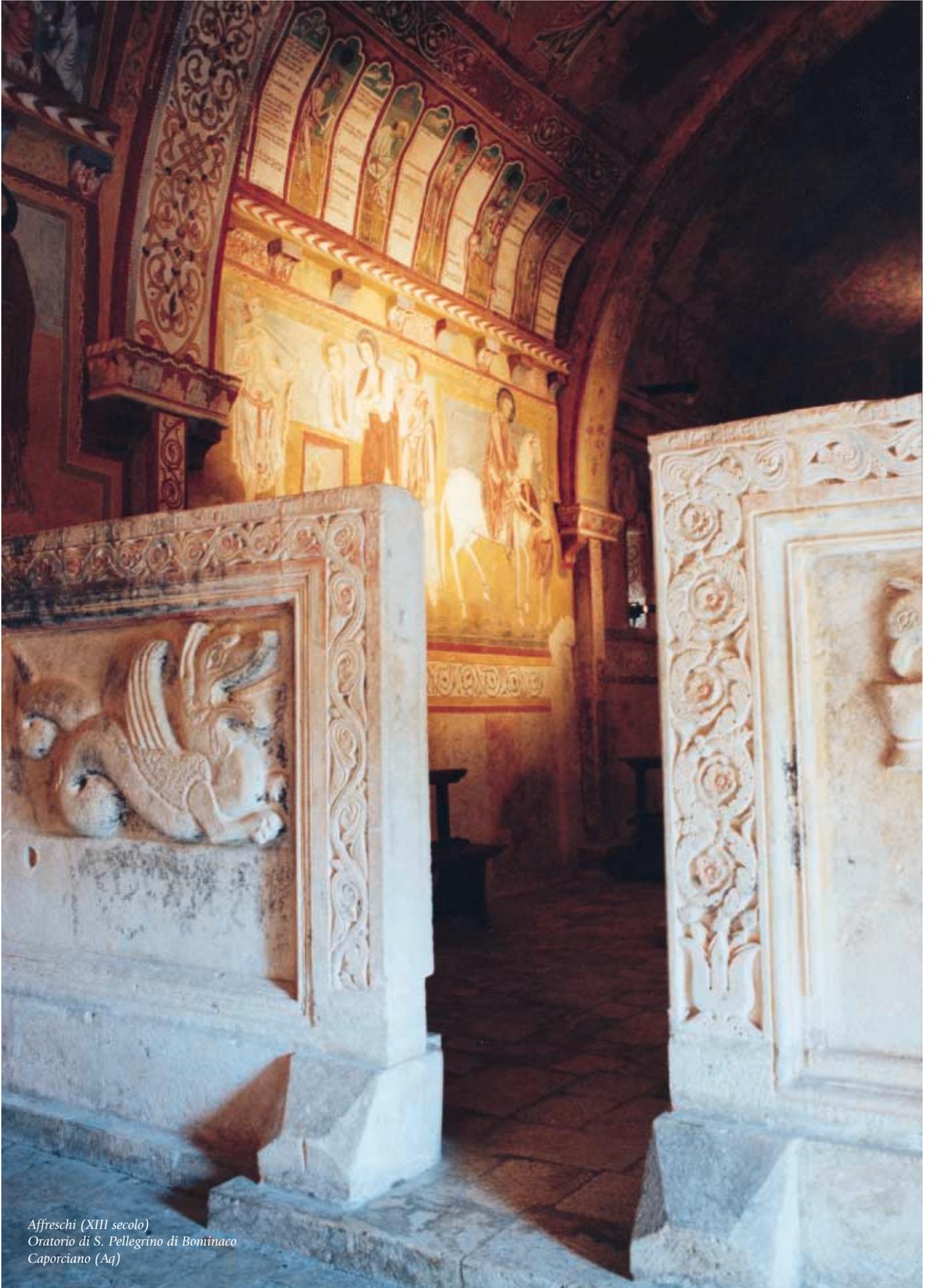
Castello di Crecchio (Ch)







*La Majella*



*Affreschi (XIII secolo)  
Oratorio di S. Pellegrino di Bominaco  
Caporciano (Aq)*

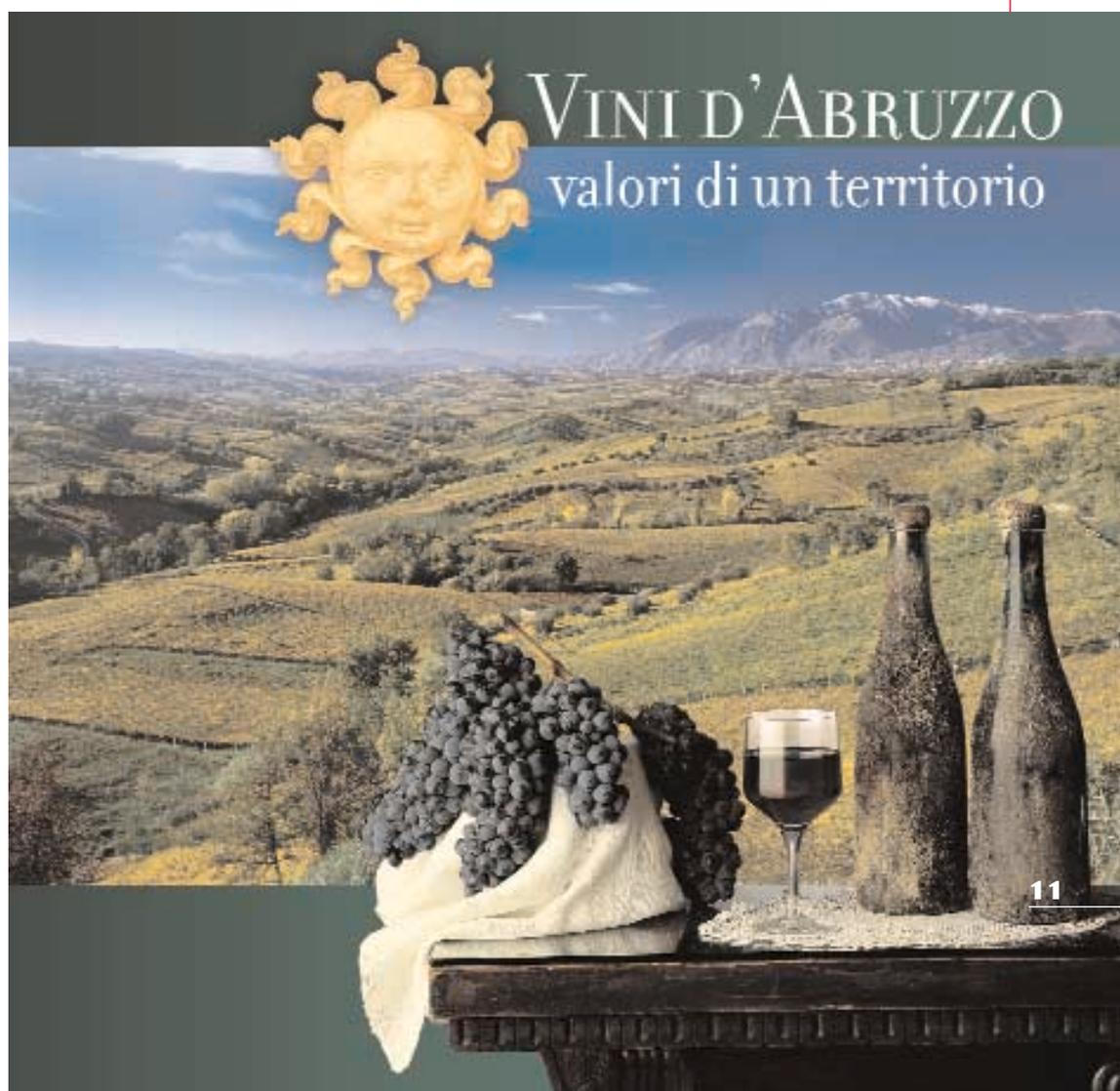
**Andar per fiere**

## **Vinitaly e MiWine per il vino, Sol e Cibus per l'olio e le altre specialità regionali**

**Il meglio dell'agroalimentare abruzzese**

**Nel primo semestre del 2004 ben tre appuntamenti fieristici hanno consentito di proporre agli operatori di tutto il mondo il meglio dell'agroalimentare abruzzese. E se per il vino i riferimenti sono stati il tradizionale appuntamento di aprile del Vinitaly e la nuova ed ambiziosa fiera MiWine, per tutto l'agroalimentare l'incontro di riferimento è stato con il Cibus.**

Nel primo semestre del 2004 ben tre appuntamenti fieristici hanno consentito di proporre agli operatori di tutto il mondo il meglio dell'agroalimentare abruzzese. E se per il vino i riferimenti sono stati il tradizionale appuntamento di aprile del Vinitaly (che si svolge contemporaneamente al Sol, il Salone dell'olio d'oliva), organizzato dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo in collaborazione con regione Abruzzo e ARSSA, e la nuova ed ambiziosa fiera MiWine di Milano svoltasi dal 14 al 16 giugno, per tutto l'agroalimentare l'incontro di riferimento è stato con il Cibus di Parma, una sezione specifica del quale è dedicata alle specialità dolciarie con il Cibus Dolce. Dall'1 al 5 aprile la fiera di Verona ha ospitato i grandi eventi del VINITALY - il Salone internazionale dei vini e dei distillati, giunto alla 38esima edizione, e il SOL - il Salone dell'olio di oliva che ha compiuto dieci anni. Due appuntamenti che rappresentano un sicuro riferimento mondiale per i rispettivi settori





con la presenza di oltre 4 mila espositori in rappresentanza di 26 Nazioni, con oltre 135 mila visitatori presenti provenienti da 87 Paesi. Come di consueto gli stand dell'Abruzzo sono stati organizzati e coordinati dal Centro Commercio Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo e dall'ARSSA (Agenzia regionale per i servizi di sviluppo agricolo) in collaborazione con l'Enoteca Regionale d'Abruzzo, per garantire la presenza di 83 aziende vitivinicole (76 delle quali all'interno dello stand Abruzzo) e 30 tra aziende e consorzi del settore oleario, complessivamente 113 espositori distribuiti su oltre 1000 mq. del Vinitaly e oltre 500 mq. del Sol. "Anche quest'anno abbiamo registrato un grande interesse con un incremento di undici aziende abruzzesi - ha detto il Presidente del Centro interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo Dino Di Vincenzo - e questo nonostante il mercato del vino italiano stia attraversando un momento di difficoltà. In questa fase privati e istituzioni possono e devono affermare in maniera ancora più incisiva lo straordinario rapporto qualità/prezzo delle produzioni abruzzesi. A Vinitaly potremo contare su oltre 300 vini fino a 4 euro e su una invidiabile qualità dei nostri oli, in particolare quelli Dop che rappresentano l'eccellenza nel legame al territorio di produzione". L'edizione 2004 del Vinitaly si è caratterizzata anche per la nuova immagine e la disposizione degli spazi espositivi curati dall'architetto Alessandro Sonsini di Pescara: lo spazio di oltre mille metri quadrati è stato diviso tra box assegnati alle aziende (con un'elevata dotazione di attrezzature eleganti e funzionali) e spazi collettivi di accoglienza e di rappresentanza degli enti organizzatori (Regione Abruzzo, ARSSA, Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo) e delle altre organizzazioni ospitate (Telespazio, Crivea, Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo) collocate intorno ad una torre civica circolare alta 6,50 metri. Il programma ha previsto una serie di appuntamenti di richiamo, quelli messi in campo dalle istituzioni re-

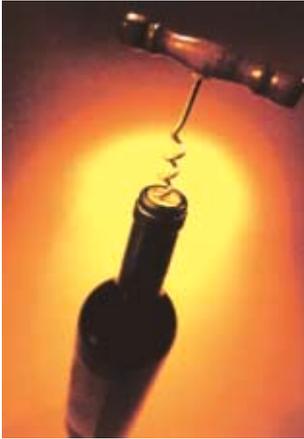


gionali, che hanno fatto da richiamo insieme ai numerosi premi conquistati dalle aziende abruzzesi al Concorso enologico internazionale (7 medaglie e 59 Diplomi di Gran Menzione) e al concorso Sol d'Oro (4 Diplomi di Gran Menzione), senza dimenticare la presentazione dei progetti come "Tracciabilità della filiera vino in Abruzzo" e "Zonazione vitivinicola in Abruzzo", fino alla convenzione con Telespazio per i servizi meteo e quelli di supporto alla agricoltura che ha interessato gli operatori e i giornalisti. Presenza significativa ed ulteriore elemento di attrazione è stata la presenza di un testimonial d'eccezione del vino abruzzese come Gabriele Cirilli che ha catalizzato l'attenzione dei visitatori con la sua inconfondibile vis comica legata ad un'aneddotica surreale. Dal punto di vista commerciale gli umori della vigilia sono stati subito fugati dall'affluenza costante registrata negli stand dell'Abruzzo al padiglione 5 del Vinitaly e al Sol di buyer italiani e stranieri, che hanno permesso alla nostra regione di consolidare le posizioni acquisite sui diversi mercati. "È stato un Vinitaly ispirato da una grande concretezza che viene fuori nei momenti di generale flessione del mercato" ha dichiarato ancora Di Vincenzo "il che significa che gli operatori stranieri hanno potuto verificare da vicino la qualità dei vini abruzzesi, la loro aderenza al territorio di produzione, il prezzo altamente competitivo e la flessibilità delle nostre aziende private e cooperative nell'adattarsi alle richieste anche in termini quantitativi grazie ad una produzione di vini doc che supera 1 milione di ettolitri e che deve essere collocata sul mercato, cercando di superare i segnali di crisi provenienti da più parti. Adesso è il momento di rilanciare una strategia promozionale e di marketing condivisa tra enti e mondo della produzione, avviando un confronto sulle cose da fare".

### **I numeri**

Le aziende abruzzesi hanno portato in esposizione e in assaggio di oltre 1000 etichette per circa 18 mila bottiglie con l'utilizzo di oltre 5000 bicchieri. Il servizio è stato curato da 10 sommelier, mentre il ristorante "Profumi e Sapori d'Abruzzo" ha





fornito circa 250 pasti al giorno nella sala da 110 posti con 4 chef e circa 60 tra camerieri, maitre di sala e sommeliers, il tutto coordinato dall' AIS Abruzzo con gli allievi e i docenti degli Istituti Alberghieri di Pescara e Roccaraso e con la collaborazione delle aziende Pastificio Verrigni, Caffè Mokambo, Acqua Santa Croce, Acqua Fonte Guizza, Quartiglia, Aragona Pesca. Il pranzo domenicale del 4 aprile è stato preparato invece dagli chef della Federazione Italiana Cuochi dell' Abruzzo.

#### **LE AZIENDE PRESENTI A VINITALY**

##### **Provincia di L'Aquila:**

*Bove Vinicola (Avezzano), Pietrantonj Italo (Vittorito).*

##### **Provincia di Chieti:**

*Azienda Agriverde (Ortona), Fattoria Buccicattino (Vacri), Caldora Vini (Ortona), Casalbordino - Madonna dei Miracoli (Casalbordino), Casal Thaulero Aprutina Vini (Ortona), Ciavolich (Miglianico), Citra Vini (Ortona), Colle Moro (Frisa), Di Camillo (Poggiofiorito), F.lli D'Onofrio (Villamagna), Fattoria Licia (Villamagna), Cantina Frentana (Rocca S. Giovanni), Il Feuduccio di S. Maria d'Orni (Orsogna), Jasci Donatello (Vasto), Jasci & Marchesani (Vasto), Mastrangelo - Tenimenti del Grifone (Vasto), Cantina Miglianico (Miglianico), Cantine Mucci (Torino di Sangro), Olivastri Tommaso (S. Vito Chietino), Olearia Vinicola Orsogna (Orsogna), Paolucci (Paglietta), Pasetti (Francavilla al Mare), Santoleri Nicola (Guardiagrele), Sarchese Dora (Ortona), Cantine Spinelli - Terra d'Aligi (Atessa), Vinicola Olearia Teatina (Ripa Teatina), I Fauri (Chieti), Torre Zambra (Villamagna), Vini Troilo (Archi), Valle Martello (Villamagna).*

##### **Provincia di Pescara:**

*Abruzzo Vini (Cepagatti), Bosco Nestore (Nocchiano), Chiarieri (Pianella), Chiusa Grande (Nocchiano), Col del Mondo (Collecorvino), Contesa (Collecorvino), Filomusi Guelfi (Popoli), M.&M. (Pescara), Petronio (Loreto Aprutino), Podere Castorani (Alanno), Casa Vinicola Roxan (Rosciano), Solania (Pescara), Tenuta Torre del Poggio (Loreto Aprutino), Valle Reale (Popoli), Ciccio Zaccagnini (Bolognano).*

##### **Provincia di Teramo:**

*Barone Cornacchia (Torano Nuovo), Centorame Annamaria (Atri), Faraone (Giulianova), Fattoria Giuseppe Savini (Morro d'Oro), Cantine Ferliga (Ancarano), Flaviano Di Giovampietro (Giulianova), Fratelli Barba (Pineto), La Quercia (Morro d'Oro), Lepore (Colonnella), Monti Antonio ed Elio (Controguerra), Montori Camillo (Controguerra), Fattoria Nicodemi Bruno (Notaresco), Orlandi Contucci Ponno (Roseto degli Abruzzi), Pepe Emidio (Torano Nuovo), Stefania Pepe (Torano Nuovo), San Lorenzo Vini (Castilenti), Villa Bizzarri (Torano Nuovo), Villa Cervia (Notaresco), Villa Medoro (Atri).*

##### **Aziende presso l'area degustazione collettiva:**

*Bardella (Ortona), Di Luca Luigi (Picciano), Di Nicola Dumatill (Roseto degli Abruzzi), Cantina Sociale Giuliano Teatino (Giuliano Teatino), La Torre De' Bianchi (Chieti), Lattanzi Vini (Giulianova), Praesidium Enzo Pasquale (Prezza), Te-*



nuta Casa Rossa (Lanciano), Torre dei Beati (Loreto Aprutino).

**Altre aziende presenti all'esterno dell'area Abruzzo:**

Cantina Tollo (Tollo), Dragani (Ortona), Farnese Vini (Ortona), Fattoria La Valentina (Spoltore), Illuminati (Controguerra), Marramiero (Rosciano), Masciarelli (S. Martino sulla Marrucina).



#### **LE AZIENDE E I CONSORZI PRESENTI AL SOL**

Agroalimentare Valle Trigno (Celenza sul Trigno), A.i.pr.ol. (Teramo), Frantoio Oleario Casina Rossa (Roccascalegna), Consorzio CO.N. Frantoiani (Lanciano), Cons. Olivicoltori Prov. di Chieti (Lanciano), Consorzio Olio DOP Aprutino-Pescarese (Pescara), Consorzio Olio DOP Colline Teatine (Chieti), Delfico (Montesilvano), Della Fazia Vito (Rocca S. Giovanni), Di Pasquale (Morro d'Oro), Domus Olivarum (Morro d'Oro), Goccia D'Oro (Penne), L'Antico Frantoio (Villamagna), La Pietra Frantoio dei colli (Frisa), La Selva d'Abruzzo (Moscufo), L'Olivicola Casolana (Casoli), Frantoio Marino (Fossacesia), Masciantonio Tommaso (Casoli), Andreassi (Poggiofiorito), Di Giampaolo Ennio (Catignano), Di Marino (Fara S. Martino), Tomassetti Elio (Casalincontrada), Olio & Ulivi Ursini (Fossacesia), Palusci Marina (Pianella), Pelusi Anna Maria - Terrazza Italiana (Montesilvano), Persiani Mattia (Atri), Coop. Plenilia (Pianella), Ranieri Donato (Rosciano), Rupe del Biancospino Az. D'Alessandro (S. Vito Chietino), San Mauro Vinicola Olearia (Bomba).

#### **PIOGGIA DI PREMI PER L'ABRUZZO**

**7 medaglie e 59 Diplomi di Gran Menzione al Concorso Enologico.**

Il 12° Concorso Enologico Internazionale del Vinitaly, il più partecipato e selettivo del mondo (oltre 3300 vini da 30 Paesi) ha emesso i suoi verdetti premiando l'Abruzzo con 7 medaglie (2 Gran medaglie d'oro, 1 medaglia d'oro, 1 d'argento e 3 di bronzo) e ben 59 Diplomi di gran menzione.

Lo scorso anno l'Abruzzo conquistò 6 medaglie (1 Gran Medaglia d'Oro, 1 Medaglia d'Oro, 2 Medaglie d'Argento e 2 di Bronzo) e 60 Diplomi di gran menzione.

Nel 2003 e negli anni precedenti è stato il Cerasuolo a non avere rivali (anche quest'anno come da nove anni consecutivi comunque arriva almeno una medaglia nella categoria "Vini Rosati Doc"), mentre questa edizione del Concorso conferma l'alto profilo il Montepulciano d'Abruzzo prodotto nelle diverse annate e i bianchi delle ultime due annate.

#### **Gran Medaglia d'Oro:**

Montepulciano d'Abruzzo Tatone 2001 Terra d'Aligi (Atessa)

Montepulciano d'Abruzzo Santa Cecilia 2000 Tenuta I Fauri (Chieti)





**Medaglia d'Oro:**

*Terre di Chieti Chardonnay Opus 2002 Farnese Vini (Ortona)*

**Medaglia d'Argento:**

*Montepulciano d'Abruzzo Panarda 1999 Cantina Frentana (Rocca S. Giovanni)*

**Medaglia di Bronzo:**

*Montepulciano d'Abruzzo Torrecchia 1997 Cantina Sincarpa (Torrecchia Teatina)*

*Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Cerano 2003 Pietrantoni (Vittorito)*

*Colline Teatine Cabernet Sauvignon 2000 Fattoria Buccicatinò (Vacri)*

**Diplomi di Gran Menzione:**

*Trebbiano d'Abruzzo 2003 La Quercia (Morro d'Oro)*

*Trebbiano d'Abruzzo Aldiano 2001 Cantina Tollo (Tollo)*

*Trebbiano d'Abruzzo Colle Secco 2003 Cantina Tollo (Tollo)*

*Trebbiano d'Abruzzo Daris 2002 Dario D'Angelo Wines (Giulianova)*

*Trebbiano d'Abruzzo Galelle 2003 Roxan (Rosciano)*

*Trebbiano d'Abruzzo Palio 2003 Citra (Ortona)*

*Montepulciano d'Abruzzo 2002 Pepe Emidio (Torano Nuovo)*

*Montepulciano d'Abruzzo 2001 Lepore (Colonnella)*

*Montepulciano d'Abruzzo 2001 Colle Moro (Guastameroli di Frisa)*

*Montepulciano d'Abruzzo 2001 Terra d'Aligi (Atessa)*

*Montepulciano d'Abruzzo 2003 Farnese Vini (Ortona)*

*Montepulciano d'Abruzzo Aldiano 2001 Cantina Tollo (Tollo)*

*Montepulciano d'Abruzzo Campo Sacro 2001 Roxan (Rosciano)*

*Montepulciano d'Abruzzo Casal Bordino 2003 Coop Madonna dei Miracoli (Casalbordino)*

*Montepulciano d'Abruzzo Castellum Vetus 2002 Centorame (Atri)*

*Montepulciano d'Abruzzo Contesa 2001 Contesa di Rocco Pasetti (Collecorvino)*

*Montepulciano d'Abruzzo Ducaminimo 2002 F.lli D'Onofrio (Villamagna)*

*Montepulciano d'Abruzzo Feudi Teatini 2001 Cantina Giuliano Teatino (Giuliano Teatino)*

*Montepulciano d'Abruzzo Indio 2001 Bove (Avezzano)*

*Montepulciano d'Abruzzo Pan 2001 Bosco Nestore (Nocchiano)*

*Montepulciano d'Abruzzo San Zopito 2001 Torre del Poggio (Loreto Aprutino)*

*Montepulciano d'Abruzzo Teatino 2001 Cantina Giuliano Teatino (Giuliano Teatino)*

*Montepulciano d'Abruzzo Teseo 2002 M&M (Pescara)*

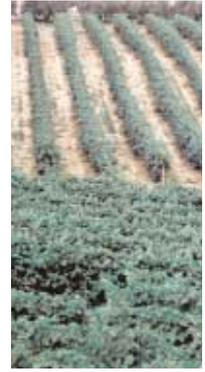
*Montepulciano d'Abruzzo Valentino 2003 Cantine Mucci (Torino di Sangro)*

*Montepulciano d'Abruzzo Vigna Corvino 2003 Contesa di Rocco Pasetti (Collecorvino)*

*Montepulciano d'Abruzzo 2000 Il Feuduccio di S. Maria d'Orni (Orsogna)*



Montepulciano d'Abruzzo Aimé 1999 F.lli D'Onofrio (Villamagna)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cagiolo 1999 Cantina Tollo (Tollo)  
 Montepulciano d'Abruzzo Il Fondatore 1999 Cantina Miglianico (Miglianico)  
 Montepulciano d'Abruzzo Margae 1999 Il Feuduccio di S. Maria d'Orni (Orsogna)  
 Montepulciano d'Abruzzo Perla Nera 1998 Chiusa Grande (Nocciano)  
 Montepulciano d'Abruzzo Solarea 2000 Agriverde (Ortona)  
 Montepulciano d'Abruzzo Stilla Rubra 2000 Fattoria Bucciatino (Vacri)  
 Montepulciano d'Abruzzo Tenuta di Testarossa 2000 Pasetti (Francavilla al Mare)  
 Montepulciano d'Abruzzo Ursonia 1999 Il Feuduccio di S. Maria d'Orni (Orsogna)  
 Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane Riserva Opis 2000 Farnese Vini (Ortona)  
 Montepulciano d'Abruzzo Celibe 2000 Strappelli (Torano Nuovo)  
 Montepulciano d'Abruzzo 1996 Jasci Donatello (Vasto)  
 Montepulciano d'Abruzzo Daris 1997 Dario D'Angelo Wines (Giulianova)  
 Montepulciano d'Abruzzo Vittoriale 1997 Cantine Galasso (Loreto Aprutino)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo 2003 Terra d'Aligi (Atessa)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Aimé 2003 F.lli D'Onofrio (Villamagna)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Casal Bordino 2003 Madonna dei Miracoli (Casalbordino)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Mallorio 2003 Olearia Vinicola Orsogna (Orsogna)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Marozzi 2003 Frontenac (Martinsicuro)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Orsetto Oro 2003 Aprutina Vini (Ortona)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Taverna Nova 2003 Roxan (Rosciano)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Valle d'Oro 2003 Cantina Tollo (Tollo)  
 Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo Vigna Corvino 2003 Contesa di Rocco Pasetti (Collecorvino)  
 Colline Pescaresi Chardonnay Punta di Colle 2001 Marramiero (Rosciano)  
 Colline Pescaresi bianco Pecorino Aries 2003 Ciavolich (Miglianico)  
 Colline Pescaresi Chardonnay Pan 2001 Bosco Nestore (Nocciano)  
 Terre di Chieti Falanghina Cantico 2003 Cantine Mucci (Torino di Sangro)  
 Terre di Chieti rosso Sigillum 2001 Cantine Spinelli (Atessa)  
 Terre di Chieti Sangiovese 2003 Caldora Vini (Ortona)  
 Terre di Chieti Sangiovese Don Camillo 2003 Farnese Vini (Ortona)  
 Terre di Chieti Passito Cantina Tollo (Tollo)  
 Controguerra Terre di Re 1998 Villa Bizzarri (Torano Nuovo)







### **POKER DI OLI ABRUZZESI AL CONCORSO SOL D'ORO**

L'Abruzzo dell'olio di qualità si prende la rivincita nell'edizione 2004 del Concorso oleario Sol d'Oro svoltosi nell'ambito della fiera di Verona. Sedici giudici hanno valutato ben 229 oli provenienti da tutto il mondo (oltre all'Italia, anche Argentina, Cile, Grecia, Spagna, Portogallo, Slovenia e Sud Africa) che hanno assegnato quattro Sol d'Oro ad altrettante aziende italiane e 60 Diplomi di Gran Menzione, quattro dei quali quattro ad aziende abruzzesi premiate questa mattina. Da sempre sostenitore delle politiche promozionali dell'olio abruzzese il presidente del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo Dino Di Vincenzo esprime la sua soddisfazione: "Esiste una qualità riconosciuta e certificata dell'olio abruzzese che oggi ha bisogno una strategia promozionale e di marketing unitaria per l'olio d'Abruzzo, stimolando le aziende ad aumentare la quantità in bottiglia che oggi è poco più del 10 % e sostenere il settore con una campagna di informazione diretta sia ai consumatori sia ai ristoranti". Si tratta di un risultato che raddoppia quello degli anni scorsi:

Categoria Fruttato Leggero:

Oleificio Di Giampaolo (Catignano)

Az. Agr. D'Alessandro (S. Vito Chetino)

Categoria Fruttato Medio:

Az. Agr. Coppini Arte Olearia (Loreto Aprutino)

Frantoio Della Fazia (Rocca S. Giovanni)



### **L'ABRUZZO AL MIWINE CON 34 AZIENDE**

#### **Importante presenza alla nuova fiera del vino di Milano**

L'Abruzzo con uno stand istituzionale di 500 mq. ha partecipato in grande stile alla prima edizione di MiWine (Fiera di Milano 14-16 giugno) con una rappresentanza di 34 cantine la cui presenza è stata coordinata dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo con uno stand ed un'immagine coordinata presente sia su riviste specializzate, sia all'interno della Fiera di Milano con poster e manifesti, e considerata da tutti gli operatori e i giornalisti come la migliore del MiWine. Una co-





municazione che ha mosso intorno ad un'immagine con i colori e le immagini più accattivanti dell'Abruzzo e un'area ampia e luminosa che ha accolto gli stand delle 34 aziende partecipanti al centro della quale era collocata una bella torre centrale e uno spazio di degustazione collettiva di oltre 130 vini abruzzesi ad accesso libero. Al MiWine l'Abruzzo ha presentato anche altre novità collaterali, come il nuovo corso del Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo, il riconoscimento della DOCG per il Montepulciano d'Abruzzo "Colline Teramane" a partire dalla vendemmia 2003 e la nuova associazione di produttori "Vignaioli d'Abruzzo" che riunisce quindici cantine regionali. Una fiera che alla prima edizione ha lasciato piuttosto soddisfatti i produttori abruzzesi e naturalmente il Presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo: "C'erano tante attese e anche tante incognite per questa fiera che si è rivelata molto interessante per le aziende della nostra regione che hanno avviato nuovi rapporti soprattutto con gli operatori stranieri e nuove occasioni di commercializzazione sul mercato italiano. Punto di forza della nostra offerta è stato ancora una volta il favorevole rapporto qualità/prezzo che consente di restare a galla in un momento di grande difficoltà. Pur non potendo raggiungere i numeri di affluenza del Vinitaly di Verona che vive da oltre 35 anni, sono certo che Milano, con la qualità dei suoi servizi, potrà essere una nuova occasione di business per il vino italiano se saprà perfezionare alcuni aspetti del programma di questa fiera". Il presidente del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo si è poi soffermato sulla necessità di dare maggiore continuità alla promozione dei vini abruzzesi: "La difficile e preoccupante situazione del mercato impone a tutti noi una riflessione sulle iniziative mirate e professionali da intraprendere per la valorizzazione e per la promozione dei vini abruzzesi, in Italia e all'estero. Non possiamo rischiare di giocare sulla casualità degli interventi ma occorre supportare concretamente i produttori vitivinicoli e per questo mi farò promotore nei prossimi mesi di un tavolo programmatico con la Regione Abruzzo, l'ARSSA, l'Enoteca regionale e le quattro province, unitamente ai rappresentanti dei produttori vitivinicoli per delineare, tutti insieme, le strategie da adottare per il settore".





#### **QUESTE LE AZIENDE ABRUZZESI PRESENTI A MIWINE:**

*Agriverde (Ortona), Bosco Nestore (Nocciano), Caldora Vini (Ortona), Cantina Miglianico (Miglianico), Cantina Tollo (Tollo), Cantine Galasso (Loreto Aprutino), Centorame (Atri), Chiarieri (Pianella), Citra Vini (Ortona), Contesa di Rocco Pasetti (Collecervino), F.lli D'Onofrio (Villamagna), Faraone (Giulianova), Farnese Vini (Ortona), Fattoria Buccicattino (Vaccari), Fattoria La Valentina (Spoltore), Fattoria Licia (Villamagna), Filomusi Guelfi (Tocco da Casauria), Jasci Donatello (Vasto), Jasci e Marchesani (Vasto), Lattanzi Giuseppe (Giulianova), Lepore (Colonnella), Madonna dei Miracoli (Casalbordino), Marramiero (Rosciano), Montori (Controguerra), Pasetti (Francavilla al Mare), Italo Pietrantoni (Vittorito), Podere Castorani (Alanno), Santoleri Tenuta di Crognaleto (Guardiafagna), Sarchese Dora (Ortona), Tenuta I Fauri Di Camillo Domenico (Chieti), Torre del Poggio (Loreto Aprutino), Terra d'Aligi di Spinelli (Atessa), Torre Zambra (Villamagna), Ciccio Zaccagnini (Bolognano).*

#### **IL CIBUS DI PARMA INCORONA L'ABRUZZO**

##### **Olio e sott'oli nel mirino di esperti e appassionati**

L'Abruzzo, grazie all'impegno del Centro Interno delle Camere di Commercio e dell'ARSSA ha partecipato al biennale appuntamento con il Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione di Parma che, con i suoi 2.400 espositori in rappresentanza di 21 diversi Paesi rappresenta la più grande e completa vetrina del "fine food" europeo. Si tratta di una fiera che ospita un immenso paniere fatto di migliaia di specialità alimentari che costituiscono il magico punto d'incontro fra tradizioni secolari e tecnologie all'avanguardia e che scopre e lancia nuovi modelli alimentari che riguardano i diversi mo-



di fruizione professionale (dai wine bar e osterie all'alta ristorazione). Quest'anno la fiera di Parma ha richiamato 90 mila operatori ed esperti di tutto il mondo dividendo l'esposizione tra il Cibus e le esposizioni collaterali specifiche come Dolce Italia e Oleum-Abbazia degli Oli pregiati.

Nutrita la pattuglia dell'Abruzzo, con 3 Consorzi di Tutela dell'olio Dop e ben 52 aziende operanti nei diversi settori merceologici che hanno occupato complessivamente oltre 600 mq. divisi nei tre settori, tutti in grado di rappresentare al meglio l'intero comparto agroalimentare regionale, dai prodotti tradizionali a quelli innovativi.



#### **LE AZIENDE ABRUZZESI PRESENTI A PARMA:**

*Pavone & Partners, Petronio, Jupiter, Pastificio Alimonti, I Salumieri di Castel Castagna, Nuova Alisan, Aureli Mario, La Chiave dei Campi, Intesa Pingue, Olio Corvino, Olio & Olivi of Ursini, Mare Monti, Adi Apicoltura, Salumificio F.lli Bruno, Casale Paradiso, S.Z. Tartufi, Paride Spinelli, Domus Olivarum, Oleificio Andreassi, Spiedì, Fattoria Angolana, Martelli Agricola, Madama Oliva, L'Olivicola Casolana, Frantoio Oleario Guido D'Amico, Triveri, Salumificio Di Leonardo, Pastificio Verrigni, Gioie di Fattoria, Azienda D'Alessandro, L'Antico frantoio, Della Fazia Vito, Altobello Carni, Torrefazione Adriatica, Frantoio Di Pasquale, Casina Rossa, Tommaso Masciantonio, Reginella d'Abruzzo, Coop. Apistica Abruzzese, Bio Alimenta, Borgo d'Abruzzo, F.lli D'Onofrio, Centini Bisenti, Al.Pe., Dolciaria Cerasani, Distilleria Jannamico Michelele&Figli, Pan dell'Orso di G. Di Masso, Mincarelli dolciaria, Opplà, Dolciaria Castellana, la Fiadone, Jannapunch.*

*Consorzi di Tutela degli oli Dop "Aprutino Pescara", "Colline Teatine" e "Pretuziano Colline Teramane".*

Il settore oleario, con oltre dieci aziende cui si aggiungono altre cinque specializzate nella preparazione di sott'oli, è stato tra quelli più più rappresentati seguiti dal dolciario, dai salumi e dalla pasta. E proprio l'olio abruzzese proprio a Parma è sembrato conquistare finalmente il posto che merita nell'interesse di compratori italiani e stranieri, dimostrando attenzione sia verso le singole aziende produttrici sia nei confronti dei tre Consorzi di Tutela dei nostri oli Dop "Aprutino Pescara", "Colline Teatine" e "Pretuziano Colline Teramane", il che significa riconoscibilità delle potenzialità di un territorio specifico e della particolare qualità certificata che da quel territorio proviene. "Il sistema camerale e le istituzioni regionali stanno investendo da anni nella valorizzazione dell'olio" ha sostenuto il presidente del Centro Interno delle Camere di Commercio Dino Di Vincenzo "consapevoli che, seppur in maniera diversa comunque più difficoltosa, il settore possa seguire comunque il percorso compiuto dal vino abruzzese, il che significa anche puntare sul valore aggiunto. Questo sta avvenendo se è vero che i dati dicono che la quota in bottiglia dell'olio abruzzese sfiora il 15% rispetto al 7% di quattro, cinque anni fa. E così come è avvenuto per il vino un dato fondamentale è far cresce la cultura dell'olio presso i consumato-





ri, soprattutto nel nord Italia e all'estero, il che significa anche far capire come si riconoscono gli oli di qualità e qual è il beneficio per l'alimentazione sana e gustosa. Solo così si potrà spingere il consumatore a capire quanto lavoro e quali costi di produzione ci sono dietro una bottiglia e quanto bisogna pagare il giusto prezzo per un'olio di qualità prodotto in Italia". La crescita del settore, per dirla in termini agricoli, ha radici lontane, frutto del lavoro dell'ARSSA che da anni lavora su una serie di progetti per il miglioramento qualitativo delle produzioni, sia in campo sia in frantoio. "Si tratta di iniziative di ricerca e di sperimentazione che oggi danno i risultati che sono sotto gli occhi di tutti - ha spiegato il presidente dell'ARSSA Berardino Franchi - e che sostengono i nostri imprenditori agricoli ad affrontare il mercato perchè riguardano ogni aspetto la filiera, dalla salvaguardia varietà autoctone che





rischiano di scomparire alla difesa dalle malattie delle piante, dalle nuove tecniche di raccolta alla formazione professionale per gli agricoltori anche per la degustazione dell'olio".

Il presidente del Centro Interno delle Camere di Commercio Dino Di Vincenzo, al ritorno da Parma dopo la visita nei primi giorni della fiera, non ha rinunciato a commentare i dati della seconda indagine realizzata da SWG e presentata a Cibus sull'effetto euro e inflazione sui consumi alimentari. Secondo il sondaggio, il 54% degli italiani ha cambiato abitudini alimentari e presta più attenzione al rapporto qualità/prezzo, ma solo l'8% ha dovuto rinunciare alla qualità a causa della crisi economica. Il 33% degli interpellati ha cambiato i negozi dove faceva la spesa prima e solo l'8% ha dovuto rinunciare ai prodotti di qualità, mentre il 6% sostiene di avere meno fiducia nella qualità dei prodotti, e l'olio non compare tra i prodotti per i quali sia percepito dai consumatori un aumento di prezzo con l'avvento dell'euro. "Io mi soffermerei su questi ultimi due elementi, la fiducia nella qualità dei prodotti e il prezzo dell'olio, perché spiegano anche il successo che l'olio sta trovando a Parma. L'olio abruzzese va conquistandosi un'immagine di grande affidabilità, se si pensa che quasi il 90% della produzione regionale è olio extravergine di oliva e che buona parte è prodotto da agricoltura biologica, favorita dalle caratteristiche pedoclimatiche del territorio e dalla vocazione ambientale della regione. Ma non basta, perché possiamo contare su tre oli Dop, ossia prodotti secondo rigorosi disciplinari controllati su tutta la filiera con garanzia per il consumatore sulla provenienza e sulla qualità". I dati rilevati a Parma, incrociati con quelli di un'altra recente indagine qualitativa sulle abitudini degli italiani a tavola e al supermercato, condotta da SWG, per conto del Ministero per le Politiche Agricole e Forestali, dimostrano che gli italiani, anche di fronte a un quadro di consumi in calo e di minor reddito disponibile, non sono propensi - e spesso neppure disposti - a rinunciare alla qualità alimentare. I primi dati, riferiti allo scenario in cui si svolgerà Cibus, sostenevano infatti che per il 59% degli italiani il cibo è soprattutto un piacere e, solo in secondo ordine la salute, mentre in terza posizione la risposta che il cibo è una necessità mentre per ben il 22% il cibo è anche tradizione e cultura. Dalla ricerca era emersa anche una fortissima tendenza a chiedere maggiori informazioni sull'origine degli alimenti attraverso una politica di informazione sulle etichette. **CE**



# Marchio comunitario per il Carciofo di Cupello

La Camera di Commercio di Chieti tutela un'altra importante risorsa del territorio

**La Camera di Commercio di Chieti, su richiesta dell'Associazione dei produttori, ha provveduto a registrare il marchio collettivo comunitario "Carciofo di Cupello". In senso tecnico giuridico si tratta di un marchio del quale sarà titolare la Camera di Commercio di Chieti su tutto il territorio dell'Unione europea per il controllo ed il rispetto del previsto regolamento.**

La Camera di Commercio di Chieti, su richiesta dell'Associazione dei produttori, ha provveduto a registrare il marchio collettivo comunitario "Carciofo di Cupello". In senso tecnico-giuridico si tratta di un marchio del quale sarà titolare la Camera di Commercio di Chieti su tutto il territorio dell'Unione europea per il controllo ed il rispetto del previsto regolamento. Dopo aver registrato l'anno scorso il marchio della "Ventricina del Vastese", la Camera di Commercio di Chieti, prima in Abruzzo e tra le prime in Italia nel settore agroalimentare, si fa dunque ancora una volta protagonista della tutela, della valorizzazione e della promozione dei prodotti tipici della provincia. "L'obiettivo è quello di garantire l'origine, la natura e la qualità dei prodotti tipici di eccellenza della regione" ha detto il presidente dell'ente Dino Di Vincenzo "attraverso un disciplinare che prevede requisiti produttivi, controlli e sanzioni, che consentono di tutelare da un lato i produttori dall'utilizzo improprio del nome carciofo di Cupello, dall'altro il consumatore che potrà apprezzare un prodotto controllato lungo tutta la filiera produttiva, secondo i principi della tracciabilità. Per la Camera di Commercio di Chieti si tratta di un impegno preciso che riguarda questo fortunato binomio di territorio e varietà particolare di carciofo ma che riguarda da anni tutti i prodotti alimentari, dalla ventricina al pane tradizionale, fino al miele e ai tar-tuffi". Nella norma di Qualità contenuta nel regolamento che è





Cupello - Panoramica



stato depositato, infatti, sono stati indicati i requisiti che devono possedere i produttori che ne facciano richiesta:

- la zona geografica di appartenenza che deve essere quella del territorio comunale di Cupello e dei comuni limitrofi di Furci, Lentella, Monteodorisio, San Salvo e Vasto;
- la varietà di carciofo ossia *Cynara scolymus L.spp.*, ecotipo locale di derivazione del "Campagnano", varietà Carciofo Romano o Romanesco a ciclo tardivo, e le caratteristiche (produzione media circa 9-12 capolini per piante per consumo fresco e 6-8 per utilizzazione conserviera e ciclo di produzione tardivo con inizio marzo-aprile);
- metodo produttivo: il carciofo deve essere coltivato in terreni profondi freschi, di medio impasto, di buona struttura, ben drenati, a reazione neutra leggermente alcalina, previa preparazione del terreno, seguendo le norme per l'esecuzione, per l'epoca dell'impianto (ottobre-dicembre) e delle operazioni colturali (scardacciatura tra settembre e ottobre e tra gennaio e febbraio, diciocatura tra luglio e agosto) compresa la difesa integrata con sistemi naturali, oltre alle modalità e tempi di raccolta (manuale, dall'ultima decade di marzo alla fine di maggio per le mammole e i secondi, mentre per i carciofini si arriva fino alla prima decade di giugno, ed infine della resa produttiva che non può essere superiore a 150.000/ha carciofi di cimaroli e di capolini di primo e secondo ordine).

Nel regolamento sono indicate anche le caratteristiche che il Carciofo di Cupello deve possedere all'atto dell'immissione al consumo fresco: diametro dei cimaroli non inferiore a 8 centimetri; diametro dei capolini di primo e secondo ordine non inferiore a centimetri 6,5; colore verde, di fondo, con sfumature, più o meno intense, di violetto; forma tondeggiante con caratteristico foro all'apice.

Vasto - Piazza e castello D'Avalos





Furci - Torrione medioevale



Il marchio "Carciofo di Cupello" naturalmente potrà essere accompagnato dalle indicazioni riguardanti il produttore e le indicazioni geografiche e toponomastiche che facciano riferimento a comuni, frazioni, aree, fattorie, zone e località comprese nei comuni individuati, ma tutti i diritti relativi alla sua utilizzazione sono della titolarità esclusiva della Camera di Commercio di Chieti, utilizzazione che può essere concessa, in licenza d'uso, nel rispetto delle disposizioni contenute nel regolamento, ai produttori ed ai trasformatori che producono i beni che il marchio ha lo scopo di garantire, iscritti al Registro delle Imprese della CCIAA di Chieti e che sono in regola con il pagamento annuale del diritto dovuto.

Principale referente della Camera di Commercio di Chieti per la stesura del Regolamento d'Uso e la Norma di Qualità del marchio "Carciofo di Cupello" è stata la Società Co-

operativa Ortofrutticola San Rocco di Cupello che con due membri su cinque partecipa alla Commissione Tecnica insediata presso l'Ente camerale alla quale è demandata tutta l'attività dirette alla tutela del marchio, compresa la valutazione delle domande dei produttori e il rilascio della licenza d'uso, l'attività di verifica dei requisiti e l'aggiornamento dell'Albo dei produttori e trasformatori. "Siamo davvero soddisfatti dell'impegno della Camera di Commercio e

del suo presidente Dino Di Vincenzo che ha voluto fortemente operare per la valorizzazione di questo straordinario prodotto della nostra provincia - ha detto il presidente della Cooperativa San Roc-



**CARCIOFO**  
**DI CUPELLO**  
MARCHIO REGISTRATO DA C.C.I.A.A. CHIETI



Montediorisio  
Castello medioevale

co Giulio Pasquale – che può significare il rilancio della coltura del carciofo nella nostra zona, con benefici sia dal punto di vista sociale sia economico, soprattutto se si pensa che si tratta di un'attività piuttosto redditizia con pochi investimenti, anche se necessita di grande manualità e quindi di manodopera, e con scarso impatto ambientale perché svolta quasi senza concimazione. Abbiamo la fortuna di avere terreni di grande vocazione intorno a Cupello e una varietà di carciofo detta 'mazzaferrata' buonissima e dal sapore più dolce che ci invidiano e che non ha subito clonazioni in vitro ma che invece è oggetto di studi scientifici per il miglioramento qualitativo da parte dell'ARSSA".

Come in tutte le colture anche per il Carciofo di Cupello le condizioni climatiche influenzano annualmente la qualità e la quantità di prodotto, in particolare il vento e le temperature troppo calde o troppo fredde: i numeri del 2003 parlano di 260 mila pezzi di carciofi grandi, di 1 milione di pezzi piccoli, 1,8 milioni di mezzi carciofi, e 17 quintali di candini (piccolissimi) l'80% dei quali provengono dai soci della Cooperativa San Rocco. La coltivazione riguarda circa 70 ettari, con una buona redditività che si aggira intorno a 6 mila euro ad ettaro. La parte alta del marchio ha una forma tondeggiante e il disegno raffigura centralmente il carciofo e le colline chietine nei colori del verde (chiaro e scuro) e del bianco su sfondo celeste; nella parte bassa, in verde la scritta su tre righe, sulle prime due "Carciofo di Cupello", e nella terza "marchio registrato dalla CCIAA di Chieti". La destinazione principale del Carciofo di Cupello è il mercato del fresco nelle zone del centro Italia, in particolare Umbria, Marche ed Emilia Romagna, ma è presente anche sui mercati del nord Italia, mentre negli ultimi anni è cresciuta la richiesta dei carciofini che sono trasformati (prevalentemente sott'olio) e commercializzati da molte aziende abruzzesi. 



San Salvo  
Panoramica del litorale



# Tre appuntamenti per l'artigianato

Le fiere a Milano, Bologna, Firenze

**Il primo semestre si è aperto con il Macef, il Salone dell'oro e della gioielleria che si è svolto alla fiera di Milano nel quale l'Abruzzo ha presentato le migliori produzioni orafe della regione in uno stand di oltre 120 mq. allestito in box singoli all'interno del Padiglione 20/2.**

Il primo semestre si è aperto con il Macef, il Salone dell'oro e della gioielleria che si è svolto alla fiera di Milano nel quale l'Abruzzo ha presentato le migliori produzioni orafe della regione in uno stand di oltre 120 mq. allestito in box singoli all'interno del Padiglione 20/2. Per il Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo si è trattato della prima partecipazione in assoluto a quello che forse è considerato il più importante appuntamento dal punto di vista commerciale visto che è riservata ai soli operatori del settore e dunque non al pubblico: "Non è stato facile avere uno spazio espositivo al Macef, che gli operatori affermano essere la più grande e qualificata fiera al mondo nei settori che fanno riferimento alla casa e alla persona alla quale arrivano acquirenti professionali da tutto il mondo – ha spiegato il Presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo – ma è stata una scelta dettata dall'interesse crescente dimostrato in particolare per i settori della gioielleria e dell'oreficeria che vantano in Abruzzo un'antica tradizione e un buon numero di aziende artigiane di grande qualità e creatività nel design, ormai pronte per affrontare un mercato altamente competitivo". Macef è, infatti, la Mostra Internazionale dei prodotti per tavola, la cucina e l'argenteria per la casa, del complemento e del tessile d'arredo, della decorazione, dell'oggettistica da regalo, per le cerimonie e la cartoleria e dei prodotti di gioielleria e oreficeria e degli accessori moda: dunque non una singola manifestazione, ma un vero e proprio sistema di manifestazioni che si svolgono in contemporanea, in grado di offrire un quadro completo del mondo degli oggetti e degli ornamenti per la casa e per la persona.



#### **AZIENDE ABRUZZESI AL MACEF:**

*D'Ottavio Maurizio (Guardiagrele), Italo Lupo (Pescara), Di Rienzo Eugenio (Scanno), Landolfo Leonardo (Francavilla al Mare), L'Orafo nel Tempo di Moretti Luciano (L'Aquila), Orafi Rotolo 1884 (Scanno), Mazzeschi Paolo (L'Aquila), Gaspare Gaeta (Lanciano).*

Con la Fierarredo di Bologna (14-22 febbraio) si passa dall'oreficeria agli altri settori dell'artigianato artistico in particolare all'oggettistica d'arredamento esposta da 15 aziende artigiane coordinate dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo, con il supporto della regione Abruzzo, in uno stand di quasi di 200 mq. all'interno del padiglione 35 della Fiera di Bologna. La manifestazione ha avuto come consuetudine la caratteristica di mostra mercato pertanto i prodotti in esposizione sono stati venduti al pubblico con notevole soddisfazione per le aziende partecipanti: ecco allora le antiche tradizioni ceramiche e quelle della lavorazione del legno, del ferro e del rame ma anche produzioni innovative che prevedono l'utilizzo di altri materiali come la cera, la carta, la plastica, il cuoio, le stoffe. "Sin dai primi giorni della fiera abbiamo registrato il consueto interesse degli operatori e del pubblico per il nostro artigianato soprattutto in termini di vendita diretta" ha detto il presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo "un interesse poi confermato nei giorni successivi poichè Bologna negli ultimi anni è diventata la capitale dell'arredamento d'interni per la casa e per l'ufficio sia per la ricerca delle nuove tecnologie per l'abitare sia delle produzioni artigiane artistiche di nicchia, nuove e tradizionali, che rappresentano il nostro punto di forza".



**QUESTE LE AZIENDE PRESENTI A BOLOGNA:**

**Ceramiche:** *Bontempo (Francavilla al Mare), Ceramiche d'Arte Domenico Cirulli (Chieti).*

**Lavori in metallo:** *Maltempo Guido (Montesilvano), Rameria Domenico Pecilli (L'Aquila), IronArt (Montesilvano).*

**Lavori in legno:** *Montanucci Giuliano (S. Stefano di Sessanio).*

**Arti Varie:** *Confetti Di Carlo (Sulmona), Antichità Pacchione (Silvi), Le Stelle dell'Orsa (Pescara), O O Flat Floor (Teramo), La Bottega del Cuoio Bambulè (Pescara), Quello che ti pare di E. D'Emilio (Montesilvano), Idee di E. Crescia (Pescara), De Notariis Antonella (L'Aquila), La Bottega di A. Mantini (L'Aquila).*



*Il Presidente Dino Di Vincenzo si intrattiene con gli artigiani abruzzesi alla mostra di Firenze.*

Una vetrina, quella per il settore artigiano, protagonista anche a Firenze per Art, la 68esima edizione della Mostra internazionale dell'artigianato svoltasi tra aprile e maggio nell'affascinante cornice della Fortezza da Basso di Firenze. La Fiera, nata nel 1931 è l'unica del genere che possa vantare una così lunga storia e si annovera dunque con pieno diritto una delle più importanti manifestazioni a livello europeo con circa 800 e ben 200 mila visitatori, oltre 20 mila dei quali operatori commerciali registrati lo scorso anno. E' l'appuntamento primaverile per eccellenza con le creazioni più belle del fare artigianato, arte, design, sconfinando nelle creazioni fra tradizione ed innovazione. Divisi in settori, la fiera ha richiamato migliaia e migliaia di operatori e di visitatori attratti dalle manifatture artigianali di tutto il mondo e ha consentito alla nostra regione di esporre alcune particolarità dell'artigianato regionale con la presenza di 20 aziende distribuite su circa 300 mq. e coordinate dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo in collaborazione con l'Assessorato regionale alle Attività Produttive. "Per le sue caratteristiche Firenze è un po' considerata la capitale universale per l'artigianato artistico" ha spiegato il Presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo in visita allo stand Abruzzo "e consente di far scoprire al grande pubblico la bravura dei nostri artigiani, presenti con manifatture anche molto





Da sinistra il dirigente del Centro Interno Innocenzo Chieffo e il Presidente Dino Di Vincenzo a Firenze.

innovative e sorprendenti a dimostrazione della vivacità del settore nella nostra regione. Lo dimostra la presenza tra le venti aziende, la presenza di numerosi giovani artigiani e l'elevato livello di innovazione che abbiamo portato a Firenze, il che significa che si sta verificando nella nostra regione un ricambio generazionale importante e che possiamo contare non solo sulle affascinanti produzioni tradizionali che rappresentano sempre il nostro fiore all'occhiello, ma anche su un nuovo modo di affrontare il mercato, più creativo nelle forme e nei materiali utilizzati e dunque più attento alle esigenze dei consumatori finali".

Tra tradizione e innovazione, si diceva. Ecco allora che a Firenze accanto ai classici ed attraenti lavori in ceramica o in rame c'è stato grande spazio per la fantasia artigiana che utilizza i confetti per realizzare composizioni floreali coloratissime, ma anche per la pittura su legno di risulta (porte, finestre), per la lavorazione del cuoio sia nell'arredamento oltre che per nell'oggettistica classica, per la lavorazione composta del vetro o dei tessuti, o per quella che prevede curiose e straordinarie creazioni con l'utilizzo della cera che diventano veri e propri oggetti cult d'arredo. E proprio il fascino generato da queste novità realizzate "in diretta" all'interno dello stand Abruzzo, ha finito per richiamare continuamente l'attenzione di tantissimi visitatori grazie ad un vorticoso passaparola. 

#### QUESTE LE AZIENDE PRESENTI A FIRENZE:

*Studio 70 di Pardi Antonio (Castelli), Ceramiche d'Arte di Domenico Cirulli (Chieti), Maltempo Guido (Montesilvano), Rameria Domenico Pecilli (L'Aquila), Ironart (Montesilvano), Montanucci Giuliano (S. Stefano di Sessanio), Pellegrini Emilio (Preto), De Notariis Antonella (L'Aquila), La Bottega di Antonella Mantini (L'Aquila), La Bottega del Cuoio Bambule (Pescara), Il Mosaico di Maria Pia Tempesta (L'Aquila), Confetti William Di Carlo (Sulmona), Antichità Pacchione (Silvi), Quello che ti pare di Emma D'Emilio (Montesilvano), Coop. Le Stelle dell'Orsa (Pescara), Soft Light Lab (Teramo), Idee di Crescia Elisabetta (Pescara), Valentina di Macchiarulo Paolo (Pescara), Manufatti (Lanciano), Past'In di D'Alessandro Isabelle (L'Aquila).*







## Turismo e tradizione in provincia di Chieti

**Gli agriturismi della provincia di Chieti sono al secondo posto della graduatoria regionale, diventati negli ultimi anni un fenomeno di tendenza capace di richiamare ospiti da ogni regione d'Italia.**

Centodieci aziende a fronte di settantuno nell'aquilano, ottantotto nel pescarese e centoquarantuno in provincia di Teramo. Gli agriturismi della provincia di Chieti sono al secondo posto della graduatoria regionale, diventati negli ultimi anni un fenomeno di tendenza capace di richiamare ospiti da ogni regione d'Italia.

*a cura di  
Alessandra Fiore\**

Si tratta di aziende agricole che, attraverso le possibilità offerte dalla legge nazionale 730/85 e dalla legge regionale 32/94, hanno puntato all'attività di ricezione ed ospitalità "in rapporto di connessione e complementarietà all'attività di coltivazione del fondo, silvicoltura e allevamento del bestiame, che devono comunque rimanere principali". L'obiettivo è quello di sostenere l'agricoltura "in armonia con gli indirizzi di politica agricola comune, con il piano agricolo nazionale e con i piani di sviluppo regionali". L'attività agrituristica coniuga, infatti, due momenti fondamentali e inscindibili - natura e ruralità - e diventa un'esperienza di vita in stretta sintonia con la gastronomia tipica e le tradizioni del passato. In questi luoghi si riscoprono ricette tipiche e gastronomia locale, con la possibilità di vivere a stretto gomito con la vita dell'azienda, scandita da tempi, riti e attività rurali. Non si tratta certo di un turismo riservato a pochi eletti, ma una valida alternativa a chi, costretto a sostenere ogni giorno i ritmi frenetici della vita cittadina, sente l'esigenza di scoprire realtà più genuine. "L'agriturismo è il luogo in cui scoprire tradizioni ancora cadenzate dal ritmo delle stagioni e dai cicli biologici naturali - spiega Domenico Pasetti, presidente della Coldiretti e rappresentante per il settore agricoltura nella Camera di Commercio - un'attività che, connessa indissolubilmente all'esercizio dell'impresa agricola, rappresenta l'esaltazione del-







*Parco Nazionale della Majella*



le potenzialità del settore primario e, nello stesso tempo, un nuovo modo di vivere a stretto contatto con l'ambiente e la campagna".

Stando ai dati forniti da Terranostra, il numero degli agriturismi del chietino ha subito negli ultimi anni un lieve incremento, supportato da un potenziamento generale delle strutture già esistenti. E nuovo impulso a questa attività potrebbe arrivare dalla legge di orientamento – che ribadisce la multifunzionalità delle imprese agricole – e da una specifica misura del Piano di sviluppo rurale di prossima emanazione da parte della Regione.

Tracciare l'identikit dell'imprenditore agrituristico, tra quelli ufficialmente registrati, resta comunque molto difficile. Perché se inizialmente furono gli uomini ad intraprendere questo genere di attività, oggi le donne rappresentano una fetta cospicua e non più trascurabile. Sulla base dei dati forniti dall'associazione agrituristica regionale, in provincia di Chieti 46 strutture sono gestite da donne, 53 da uomini e appena uno da cooperative agricole. Altro discorso per i servizi offerti. Su 104 agriturismi, il 78% prevede pernottamento e prima colazione, mentre il 22% si limita all'attività di ristorazione. Appena 7 sono le aziende biologiche e, in una decina, è possibile acquistare prodotti agricoli.

Tra gli altri servizi si va dal semplice riassetto delle camere alle attività sportive quali escursioni a cavallo, tiro con l'arco, trekking e passeggiate in bicicletta. Alcuni imprenditori hanno persino inaugurato corsi di cucina tipica, un modo singolare per promuovere prodotti e gastronomia locale. E tra le novità più recenti, va citata anche l'attività di fattorie didattiche: agriturismi che aprono le porte alle scolaresche per avvicinare i ragazzi alle varie fasi della produzione agricola in una sorta di lezioni "sul campo".



Alla base del successo delle aziende chietine, ma anche abruzzesi, c'è comunque l'intensa promozione delle tre maggiori associazioni - Agriturst, Terranostra e Turismo Verde - che hanno puntato alla pubblicazione di opuscoli informativi, convegni e presentazioni di materiale divulgativo, incontri con giornalisti specializzati e numerosi progetti a breve e lungo termine.



#### **LA GUIDA AGRITURISTICA ABRUZZESE**

Quattrocento aziende agrituristiche e centocinquanta eventi tra feste e appuntamenti folcloristici. Sono i "numeri" di "Agriturismo in terra d'Abruzzo", la guida realizzata dalle associazioni regionali Terranostra, Turismo verde e Agriturst per turisti e appassionati di storia, natura e folclore abruzzese. Non un semplice vademecum per navigare nel mare degli agriturismo: un vero e proprio manuale per capire meglio le caratteristiche di una regione ancora poco conosciuta e dare ulteriore riconoscimento al mondo agricolo, geloso custode dei valori più autentici. Il volume è articolato in più sezioni: aspetti naturalistici, storia, usi e costumi passando per musei e scavi archeologici, eventi e appuntamenti di rilievo, artigianato artistico e tradizionale, riti e antiche ricette fino ad arrivare all'elenco dettagliato delle aziende agrituristiche divise per provincia.

#### **I requisiti per aprire un agriturismo**

Per intraprendere l'attività agrituristiche sono necessari due requisiti: uno soggettivo (l'imprenditore agricolo) e l'altro oggettivo (l'azienda agricola). Per quanto riguarda il primo requisito, l'autorizzazione a svolgere attività agrituristiche è concessa esclusivamente ai lavoratori autonomi dell'agricoltura che, a qualunque titolo o forma, esercitano attività di impresa. Questo vale per tutti gli imprenditori agricoli, sia singoli



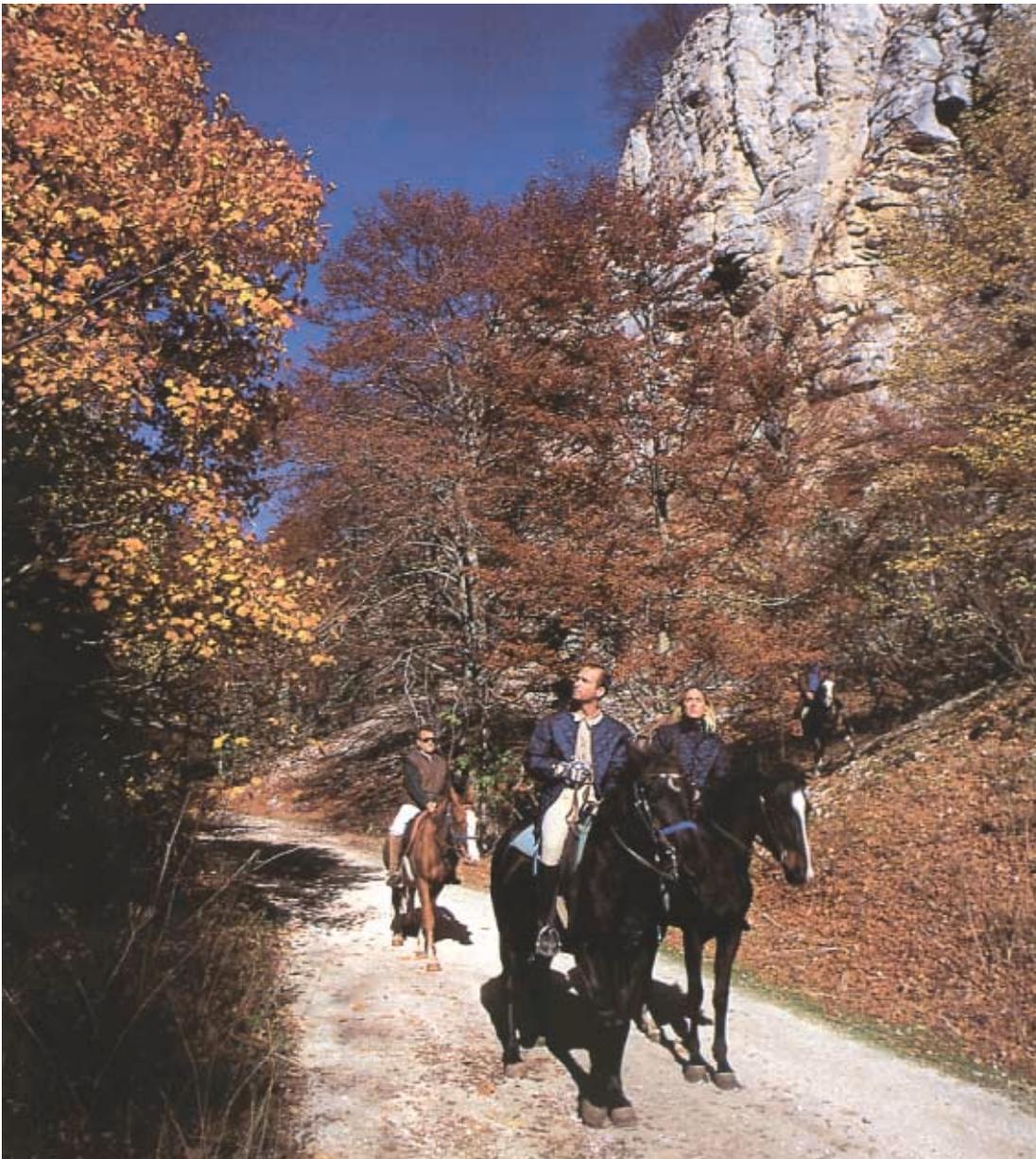


che associati. L'imprenditore associato può essere anche una società di persone, una società di capitale o una cooperativa. In merito al secondo requisito va sottolineato che, purchè si possa parlare di agriturismo, è necessario che l'azienda sia in grado di offrire i prodotti ricavati dalla coltivazione del proprio terreno o dall'allevamento, servizi per il tempo libero e servizi turistici di vario genere. L'agriturismo è infatti un'attività finalizzata alla completa utilizzazione di tutte le risorse dell'azienda agricola: umane, strumentali e produttive. 

Fonti:

- Legge nazionale 730/85
- Legge regionale 32/94, pubblicata sul Bura n.25 del 24 giugno 1994
- Guida agrituristica "Agriturismo in terra d'Abruzzo", 2004
- [www.bioguida.it](http://www.bioguida.it)
- [www.coldiretti.it](http://www.coldiretti.it)

*\*Per le note tecniche si ringrazia il Dott. Dante Melchiorre.*



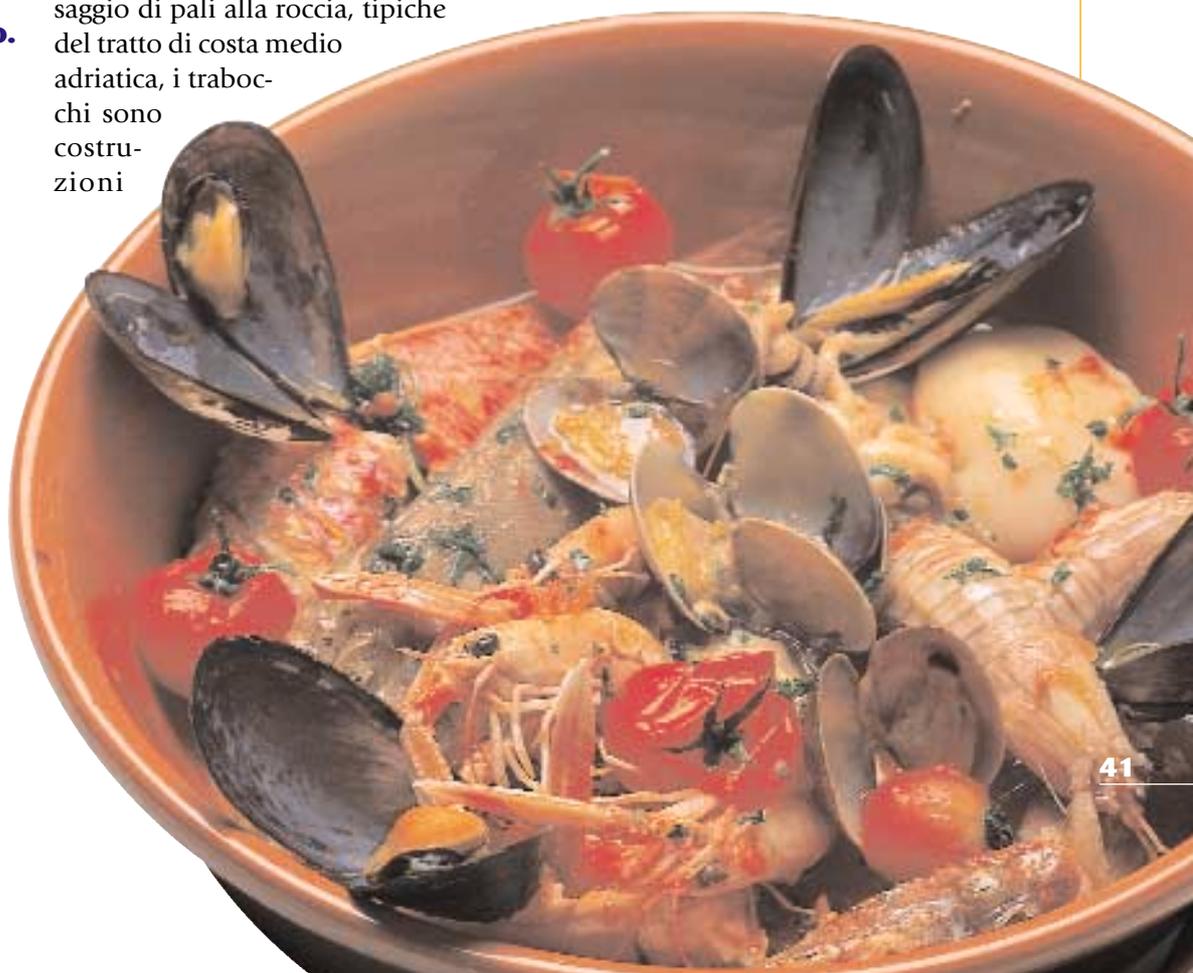
## Cala Lenta

### Un successo annunciato per la Costa dei Trabocchi

**“Cala Lenta, profumi e sapori della costa dei trabocchi” alla prima edizione ha centrato infatti l’obiettivo di accendere i riflettori su uno dei tratti di costa più affascinanti e sul suo patrimonio architettonico, ambientale ed enogastronomico.**

Un successo di pubblico e di critica ha premiato quella che è stata considerata una delle manifestazioni abruzzesi più importanti dell’estate 2004. “Cala Lenta, profumi e sapori della costa dei trabocchi” alla prima edizione ha centrato infatti l’obiettivo di accendere i riflettori su uno dei tratti di costa più affascinanti e sul suo patrimonio architettonico, ambientale ed enogastronomico. Il mare, i borghi delle città costiere con i trabocchi e le tradizioni culinarie abruzzesi sono stati protagonisti di un evento che per tre giorni, dal 2 al 4 luglio, ha visto la partecipazione di centinaia di turisti curiosi di scoprire questo territorio e provenienti da ogni parte d’Italia, dalla Valle d’Aosta alla Sardegna, dal Lazio all’Emilia Romagna, dalla Toscana alla Campania, dalla Sicilia e dal Friuli Venezia Giulia oltre che dalle vicine Marche e Molise e dalle altre province dell’Abruzzo. La manifestazione, ideata e coordinata dalla condotta Lanciano-Vasto di Slow Food in collaborazione e con il patrocinio dell’Assessorato al Turismo della Regione Abruzzo, dell’ARSSA, della Provincia di Chieti, della Camera di Commercio di Chieti e del Comune di San Vito Chietino si è svolta lungo la splendida costa chietina, nel tratto tra Ortona e Vasto dove si trovano i Trabocchi, straordinarie macchine da pesca descritti mirabilmente da Gabriele D’Annunzio ne “il Trionfo della Morte” dall’alto del suo eremo a San Vito. Costituita da una struttura che sembra in perenne e precario equilibrio, tenuta con strallo di cavi e con fessaggio di pali alla roccia, tipiche del tratto di costa medio adriatica, i trabocchi sono costruzioni

*a cura di  
Francesca Renzi*





semplici che sfruttano elementari tecniche di incastri e contrappesi, ma che hanno sempre resistito ai furiosi attacchi del mare. Quel mare temuto e rispettato dai pescatori, i cui gesti quotidiani hanno ispirato il nome dell'evento, Cala Lenta, (simboleggiante la discesa delle reti a mare all'alba) voluta per riscoprire e riappropriarsi della cultura marinara abruzzese più autentica.

Per questo sono stati ideati diversi appuntamenti enogastronomici, come le cene tematiche, le degustazioni e il mercato dei prodotti agroalimentari, ai quali sono stati affiancate le attività di pescaturismo e di piccola pesca.

Durante il giorno infatti, c'è stata la possibilità di visitare i trabocchi funzionanti e quelli in via di ristrutturazione oppure di partecipare alle attività di pescaturismo e di piccola pesca con uscite in mare sui pescherecci locali per le battute di pesca e per le esplorazioni di fondali ma spesso anche per mangiare a bordo il pesce appena pescato cucinato dai pescatori. Al calar della sera apriva i battenti il mercato del gusto nelle affascinanti





*San Vito Chietino*

cornici dei centri storici di San Vito Chietino e di Vasto, che hanno ospitato gli artigiani alimentari che rappresentano l'eccellenza enogastronomica della Costa dei Trabocchi e del territorio collinare retrostante che si sono contraddistinti per la loro ricerca della qualità nelle produzioni agroalimentari. E per gli appassionati è stato possibile degustare e fare acquisti dei prodotti tipici locali, dai vini all'olio Dop "Colline Teatine", dai formaggi della tradizione agropastorale alle arance di San Vito e Fossacesia, dai salumi della Majella alla tradizione pastaia di Fara S. Martino, dagli ortaggi sott'olio agli oli agrumati della Frentania, fino alle specialità dolciarie come il bocconotto frentano. I più curiosi, gli appassionati non solo della cucina ma anche della genuinità del prodotto, della sua preparazione sono rimasti piacevolmente colpiti dai laboratori del gusto, vere e proprie lezioni pomeridiane riservate a circa 30 persone, guidate da esperti e da chef per promuovere e far conoscere i prodotti della pesca, le antiche ricette, le cotture, i condimenti e i vari abbinamenti con il vino. Così si sono potute scoprire le differenze tra gli oli extravergini della provincia di Chieti e l'uso degli oli agrumati, degustare e parlare del cerasuolo come di un ottimo vino da pesce e conoscere i segreti del pesce azzurro e la preparazione del brodetto di pesce. E poi il momento clou di ogni serata sia nelle trattorie e nei ristoranti, sia sui trabocchi. Nei giorni di Cala Lenta, i locali aderenti alla manifestazione hanno in-



*Trabocco Pesce Palombo*





fatti proposto le cene tematiche con i piatti della tradizione marinara abruzzese come la chitarra con i pelosi, la minestra di crostacei e patate, la frittura di paranza, il brodetto di pesce, la scapece. In abbinamento, ovviamente, i vini doc della provincia, il Trebbiano d'Abruzzo, il Cerasuolo e il Montepulciano d'Abruzzo. Un'esperienza che i più fortunati hanno potuto fare sui trabocchi, vivendo un momento incredibile quasi sospesi tra mare e cielo, al chiaro di luna piena che ha accompagnato le tre serate di Cala Lenta. Ma accanto alla promozione delle attività di pesca e dell'enogastronomia locale, non sono mancati gli appuntamenti dedicati alla cultura e all'intrattenimento. Le mattina del venerdì, del sabato e della domenica sono state interessate da incontri che ha visto coinvolti insigni professori dell'Università di Architettura di Pescara discutere e proporre nuovi progetti per la tutela e salvaguardia dei trabocchi, o su La pesca in Adriatico: aspetti mercantili, salutistici e nutrizionali. E ancora presentazioni di libri ed appuntamenti di musica, teatro e poesia organizzati principalmente nel bellissimo borgo di San Vito Chetino, il comune capofila che ha profuso un notevole impegno logistico e organizzativo. Insomma un evento di straordinaria portata anche dal punto di vista mediatico, che ha richiamato l'attenzione degli organi di informazione nazionale, dalla Rai a Gambero Rosso Channel, dal Corriere della Sera al Venerdì di Repubblica, da Specchio de La Stampa al Messaggero, fino ad una dozzina di riviste specializzate che hanno sia annunciato la manifestazione, sia realizzato bellissimi reportage attraverso i loro inviati, senza parlare della incredibile disponibilità delle tv e dei quotidiani regionali. 





a cura di  
U. O. Studi e Statistica  
CCIAA di Chieti

In occasione della seconda edizione della "Giornata dell'Economia", le 103 Camere di Commercio italiane hanno presentato il 10 maggio 2004 in contemporanea altrettanti "Rapporti" sulle economie locali, fotografia puntuale e aggiornata delle tendenze evolutive dei sistemi produttivi territoriali, delle imprese e dei fattori che ne condizionano lo sviluppo. L'Ufficio Studi e Statistica – Marketing territoriale della Camera di Commercio di Chieti ha analizzato l'evoluzione dei principali indicatori relativamente alla provincia teatina.

## CAPITOLO 1

### LA STRUTTURA DELL'ECONOMIA TEATINA NEL 2003

#### 1.1 La demografia delle imprese

**Il tessuto imprenditoriale della provincia di Chieti ha dimostrato, anche nel 2003, di essere quanto mai vitale, presentando un trend espansivo decisamente consistente.**

Il tessuto imprenditoriale della provincia di Chieti ha dimostrato, anche nel 2003, di essere quanto mai vitale, presentando un trend espansivo decisamente consistente.

Al netto delle imprese agricole, i dati relativi al Registro delle imprese, evidenziano, infatti, 2.288 iscrizioni che, a fronte di 1.343 cancellazioni, hanno determinato un saldo positivo di 945 unità. Tale risultato è il migliore degli ultimi anni, soprattutto se si considera che, rispetto alle altre province abruzzesi, Chieti è quella che presenta il miglior saldo iscrizioni – cancellazioni (L'Aquila +504, Pescara +651 e Teramo +726).

Lo stock delle imprese registrate, passato a 29.119 unità, ha riportato una crescita del +3,2% rispetto al 2002 e del +14,6% rispetto al dato del 1998 (25.409 imprese registrate).

La provincia di Chieti, inoltre, è quella che detiene la maggiore incidenza percentuale sul totale regionale: il peso della nostra provincia è pari al 29,6%, seguita dalla provincia di Pescara e da quella di Teramo con il 25,7% ed infine dalla provincia de L'Aquila con il 21,8%.

**Tav. 1.1.1 - Serie storica delle imprese registrate, iscrizioni, cessazioni e saldo**

	REGISTRATE	ISCRIZIONI	CESSAZIONI	SALDO
1998	25.409	1.822	1.826	-4
1999	25.986	1.963	1.336	627
2000	26.635	2.152	1.545	607
2001	27.247	2.071	1.363	708
2002	28.187	2.275	1.347	928
2003	29.119	2.288	1.343	945

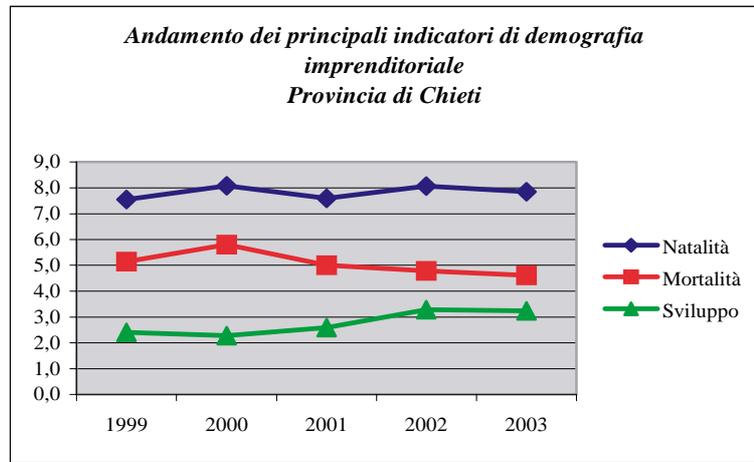
Fonte: Movimprese - Infocamere



Per quanto attiene alla struttura produttiva teatina, al netto delle attività agricole, si evidenzia che è il commercio il comparto che detiene la quota percentuale più consistente: esso, infatti, con 9.787 imprese rappresenta il 33,6% del totale. Seguono l'industria in senso stretto (4.734 imprese pari al 16,6%) e l'industria delle costruzioni (4.468 imprese pari al 15,3%).

Focalizzando l'attenzione sulle dinamiche dei vari settori, si nota che il comparto delle **costruzioni** è quello che presenta il miglior saldo iscrizioni-cancellazioni, che è pari a +142 imprese e, di conseguenza, il tasso di sviluppo si è attestato al 3,3%.

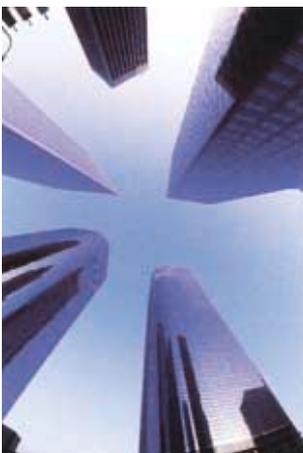
Il **settore industriale**, invece, sembra attraversare una fase di stagnazione. Il numero delle cessazioni, infatti, ha eguagliato quello delle iscrizioni. Il tasso di sviluppo complessivo è risultato, quindi, pari a zero.



**Tav. 1.1.2 — Andamento delle imprese per settore di attività economica**

	2003			
	REGISTRATE	ISCRIZIONI	CESSAZIONI	SALDO
<i>Pesca, piscicoltura e servizi connessi</i>	90	4	2	2
<i>Estrazione di minerali</i>	31	0	0	0
<i>Attività manifatturiere</i>	4.734	188	189	-1
<i>Prod. e distrib. energ. elettr., gas e acqua</i>	24	2	0	2
<i>Costruzioni</i>	4.468	337	195	142
<i>Comm. ingr. e dett.; rip. beni pers. e per la casa</i>	9.787	553	489	64
<i>Alberghi e ristoranti</i>	1.756	87	71	16
<i>Trasporti, magazzinaggio e comunicaz.</i>	1.019	48	54	-6
<i>Intermediaz. monetaria e finanziaria</i>	640	50	37	13
<i>Attiv. immob., noleggio, informat., ricerca</i>	1.994	146	103	43
<i>Istruzione</i>	98	4	5	-1
<i>Sanità' e altri servizi sociali</i>	171	1	5	-4
<i>Altri servizi pubblici, sociali e personali</i>	1.933	98	77	21
<i>Serv. domestici presso famiglie e conv.</i>	4	0	0	0
<i>Imprese non classificate</i>	2.370	770	116	654
<b>TOTALE AL NETTO DEL SETTORE AGRICOLO</b>	<b>29.119</b>	<b>2.288</b>	<b>1.343</b>	<b>945</b>
<b>TOTALE</b>	<b>47.644</b>	<b>2.722</b>	<b>2.223</b>	<b>499</b>

Fonte: Movimprese - Infocamere



All'interno di questo settore, comunque, si evidenziano tassi di sviluppo positivi per le *industrie della fabbricazione di macchine per l'ufficio (+28,6%)* e per le *industrie della fabbricazione di autoveicoli (+4,2%)*.

Si nota, invece, un andamento negativo per le industrie della fabbricazione di carta e prodotti in carta (-6,7%) e per quelle della produzione di metalli e loro leghe (-3,7%).

Si presenta finalmente in ripresa il **comparto commerciale**: il saldo iscrizioni è risultato positivo e pari a +64 imprese, per un tasso di crescita dell'0,7%.

Dopo aver fatto registrare, negli anni precedenti, degli ottimi tassi di sviluppo, il comparto dei servizi ha leggermente rallentato la sua crescita, anche se i saldi sono comunque positivi.

Si evidenziano, infatti, discreti tassi di sviluppo per le imprese dell'intermediazione monetaria e finanziaria (+2,1%) e delle attività connesse all'informatica (+3,1%).

Il tessuto imprenditoriale continua a rafforzarsi non soltanto in termini quantitativi ma anche in termini di complessità e strutturazione organizzativa.

Analizzando la struttura produttiva per **forma giuridica** (al netto del settore agricolo), infatti, si conferma sia una consolidata dinamica di lungo periodo (la crescita delle società di capitali) sia una dinamica più recente (la tenuta delle ditte individuali). Le società di capitali, infatti, accrescono sempre più il peso percentuale rispetto al totale delle imprese, raggiungendo il 15% del totale.

Dopo un periodo di rallentamento, le ditte individuali hanno ripreso a dare un contributo non marginale al saldo positivo: oltre il 37% del saldo complessivo, infatti, si deve a tale tipologia di impresa.



**Tav. 1.1.3 — Andamento delle imprese per forma giuridica**

FORMA GIURIDICA	2003		
	REGISTRATE	ISCRIZIONI	CESSAZIONI
<b>TOTALE</b>	<b>29.119</b>	<b>2.288</b>	<b>1.343</b>
Società di capitale	4.371	472	100
Società di persone	6.173	362	189
Ditte Individuali	17.563	1.374	1.020
Altre Forme	1.012	80	34

**Fonte: Movimprese - Infocamere**

Focalizzando l'attenzione sui dati relativi alle **imprese artigiane**, si nota la forte vocazione artigiana della nostra provincia: il 33,4% del totale delle imprese (al netto del settore agricolo), infatti, è rappresentato da tale tipologia di impresa.



**Tav. 1.1.4 — Andamento delle imprese artigiane**

Settore di attività	REGISTR.	ISCRIZ.	CESSAZ.	SALDO
Agricoltura, caccia e silvicoltura	101	22	26	-4
Pesca	2	0	0	0
Estrazione di minerali	8	0	0	0
Attività manifatturiere	2756	217	158	59
Prod.e distrib.energ.elettr.,gas	5	0	0	0
Costruzioni	3080	361	206	155
Comm.ingr.e dett.;rip.	1106	40	56	-16
Alberghi e ristoranti	55	1	5	-4
Trasporti,ragazzi. e comunicaz.	610	62	44	18
Intermediaz.monetaria e finanz.	5	1	0	1
Attiv.immob.,noleggio,informat	557	88	40	48
Istruzione	29	9	0	9
Sanità e altri servizi sociali	8	0	0	0
Altri servizi pubblici,sociali	1373	86	49	37
Serv.domestici presso famiglie	1	0	0	0
Imprese non classificate	26	7	13	-6
<b>TOTALE</b>	<b>9722</b>	<b>894</b>	<b>597</b>	<b>297</b>

Fonte: *Movimprese - Infocamere*

I due comparti in cui prevalentemente si concentrano le imprese artigiane sono il settore delle costruzioni e quello delle attività manifatturiere. Il comparto edile, con le sue 3.080 imprese, assorbe infatti il 31,7% del totale, seguito dal comparto industriale che invece copre il 28,3%.

Con riferimento all'evoluzione dell'artigianato locale nel corso del 2003, se ne evidenzia la buona performance: il saldo iscrizioni - cancellazioni è risultato pari a +297 imprese, determinando un tasso di sviluppo pari al +3,1%.

Nel 2003, inoltre, si è verificata una notevole espansione delle **imprese extra-comunitarie**. Gli immigrati stanno dimostrando di essere capaci di conquistare spazi economici molto significativi, rappresentando in alcuni casi un serbatoio occupazionale per gli stessi lavoratori italiani.

In provincia di Chieti tale tipologia di impresa ha raggiunto uno stock di 1.800 unità, registrando un incremento di oltre il 24% rispetto al 2000. Quasi il 18% delle imprese extra-comunitarie appartiene al settore del commercio al dettaglio, seguito dal comparto manifatturiero (15,1%) e da quello edile (12,6%). Facendo riferimento alla nazione di provenienza di ta-



**Tav. 1.1.5 — Imprese extracomunitarie per settore di attività**

Settore di attività	2000	2001	2002	2003
Agricoltura	144	163	167	171
Pesca	3	3	3	3
Industrie estrattive	5	5	5	6
Attività manifatturiere	221	238	247	272
Raccolta, depurazione e distribuzione acqua	1	0	0	0
Costruzioni	134	163	189	227
Commercio	336	405	448	484
Alberghi e ristoranti	105	110	125	134
Trasporti	23	28	35	36
Interm.mon.e finanz.	16	19	22	20
Attività immobiliari	87	92	95	96
Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale	0	0	1	1
Istruzione	5	6	8	8
Sanità e altri servizi sociali	27	29	31	30
Altri servizi	99	104	101	107
Imprese non classificate	147	172	196	205
<b>TOTALE</b>	<b>1.353</b>	<b>1.537</b>	<b>1.673</b>	<b>1.800</b>

Fonte: Movimprese - Infocamere

li imprenditori, si nota che circa il 40% è rappresentato da soggetti originari di paesi industrializzati (Svizzera, Australia).

### 1.1.1 L'imprenditoria femminile

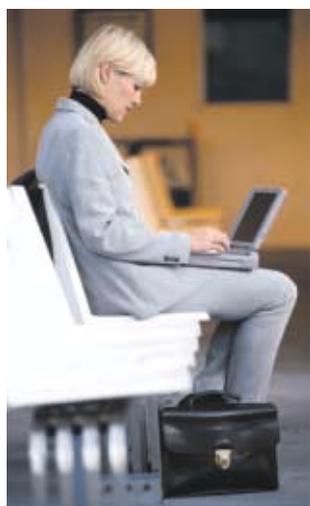
A partire dai dati del Registro Imprese è stato realizzato nel 2003, su iniziativa di Unioncamere, un "Osservatorio sulla imprenditorialità femminile".

Per stabilire con quale criterio misurare la partecipazione femminile nelle imprese si è preso spunto dalla definizione data dall'art. 2 della legge 215/92 - Azioni positive per l'imprenditoria femminile e dalla successiva Circolare n° 1151489 del 22/11/2002 del Ministero delle Attività Produttive.

In base a tali norme, il grado di partecipazione femminile è desunto dalla natura giuridica dell'impresa, dall'eventuale quota di capitale sociale detenuta da ciascun socio donna e dalla percentuale di donne presenti tra gli amministratori o titolari o soci dell'impresa.

Generalizzando queste definizioni, sono quindi state individuate le "Imprese Femminili", cioè le imprese la cui percentuale di partecipazione femminile è superiore al 50%.

Si richiama l'attenzione sul fatto che le imprese non femminili non si possono identificare automaticamente come "imprese maschili",





**Tav. 1.1.1.1 — Imprenditoria femminile per settore di attività**

SETTORE DI ATTIVITÀ	2000	2001	2002	2003
Agricoltura, caccia e relativi servizi	6.740	6.752	6.656	6.617
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	40	40	39	35
Attività manifatturiere	1.869	1.969	2.100	2.188
Costruzioni	632	635	648	667
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	3.758	3.803	3.902	4.024
Alberghi e ristoranti	877	892	942	995
Trasporti terrestri, agenzie viaggio	247	282	309	299
Interm.monetaria e finanz.	215	235	262	253
Attività immobiliari, informatica, ricerca	948	973	1.027	1.064
Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbl.	7	3	3	3
Istruzione	63	64	73	68
Sanità e altri servizi sociali	319	341	371	362
Servizi (attiv. ricreative, culturali, sportive)	1.256	1.313	1.363	1.355
Serv.domestici presso famiglie e conv.	5	4	4	4
Imprese non classificate	1.377	1.609	1.609	1.757
<b>TOTALE</b>	<b>18.353</b>	<b>18.915</b>	<b>19.308</b>	<b>19.691</b>



cioè partecipate in prevalenza da uomini; questo perché sul totale delle imprese giocano un ruolo significativo le imprese partecipate in prevalenza da soggetti giuridici e non solo da persone fisiche. La **presenza imprenditoriale femminile** nel tessuto economico teatino è aumentata del +7,3% rispetto all'anno 2000: le imprese al femminile, infatti, sono passate dalle 18.353 unità del 2000 alle attuali 19.691.

L'analisi su scala settoriale porta ad evidenziare che la maggior parte di tali imprese è concentrata nel settore agricolo che assorbe il 33,6% del totale, seguito dal comparto commerciale (20,4%).

Rispetto al 2000, la presenza femminile è aumentata in misura consistente soprattutto nel comparto dei servizi.

I settori maggiormente cresciuti in termini percentuali sono le attività connesse ai trasporti e agenzie di viaggio (+21,1%) e all'attività dell'intermediazione monetaria e finanziaria (+17,7%).

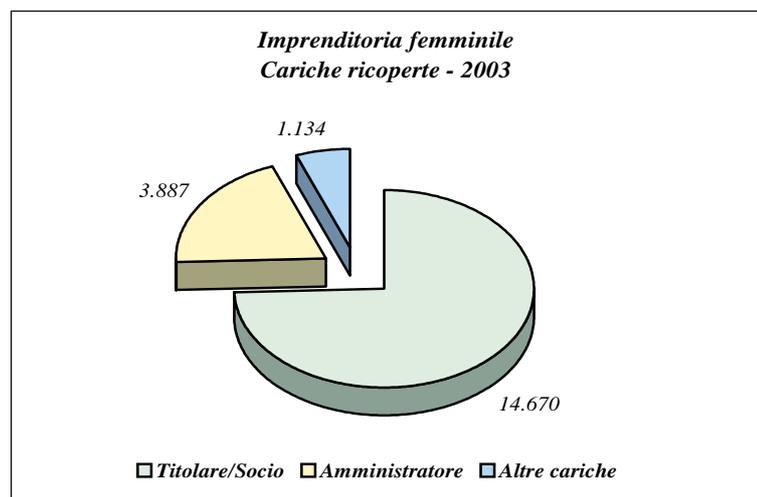
Facendo riferimento all'età delle imprenditrici si evidenzia che oltre la metà (53,2%) appartiene alla fascia intermedia (da 30 a 49 anni), a cui segue la fascia più anziana (età superiore a 50 anni). Soltanto l'8,5% del totale delle imprenditrici ha un'età inferiore a 30 anni.

Un'ulteriore disaggregazione del dato consente di evidenziare che il ruolo di titolare (titolari unici, proprietari, affittuari o conduttori) o socio (soci, soci accomandatari, soci d'opera, soci rappresentanti, di fatto, di società collettiva, d'opera) è ricoperto dal





74,5% delle imprenditrici, il 19,7% riguarda la carica di amministratore, mentre il restante 5,8% fa riferimento alle altre cariche sociali (collegio sindacale, revisore dei conti, responsabile tecnico). Relativamente alla forma giuridica delle imprese al femminile si evidenzia che sono predominanti le imprese individuali con 11.540 unità (pari al 58,6% del totale), le società di persone coprono il 25,7% (5.065 imprese). Quote inferiori riguardano le società di capitale (1.660 imprese pari all'8,4%) e le altre forme (7,2%).



## 1.2 La struttura occupazionale

Nel 2003 la dinamica del mercato del lavoro ha evidenziato un'evoluzione sostanzialmente stagnante. I dati dell'indagine sulle forze di lavoro, relativamente alla provincia di Chieti, mostrano una situazione stabile rispetto all'anno precedente per

**Tav. 1.2.1 - Forze di lavoro, valori assoluti e variazioni %**

Forze di Lavoro	Valori assoluti (migliaia)	Var. % 2003/2002
Occupati	144	0,2
Persone in cerca di occupazione	7	-31,6
<b>Totale</b>	<b>151</b>	<b>-1,9</b>
<i>Occupati in complesso</i>		
- <b>Agricoltura</b>	<b>12</b>	<b>9,1</b>
Industria in senso stretto	41	2,5
Costruzioni	9	12,5
<b>Totale industria</b>	<b>50</b>	<b>4,2</b>
- Altri servizi	62	-4,6
Commercio	20	5,3
<b>Totale servizi</b>	<b>82</b>	<b>-2,4</b>

Fonte: ISTAT

quanto riguarda il numero degli occupati, il cui stock è rimasto invariato a quota 144 mila unità.

Al contrario, il numero delle persone in cerca di lavoro (7 mila unità il relativo stock) si è ridotto del 31,6%.

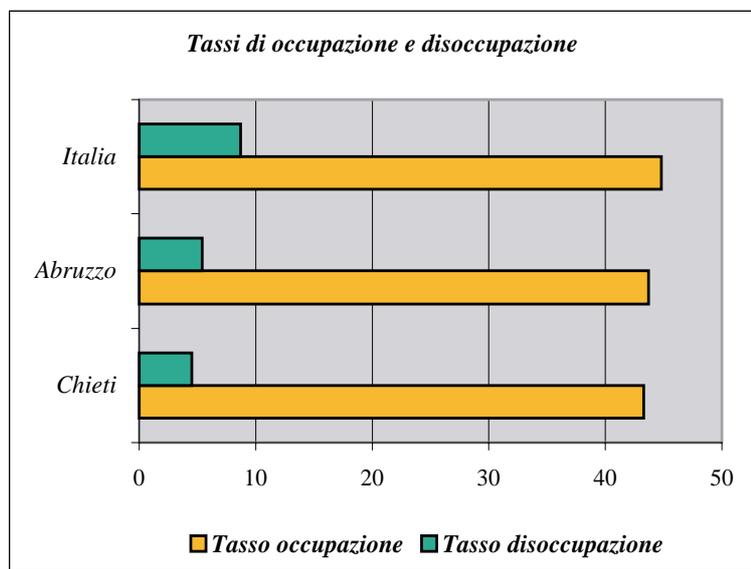
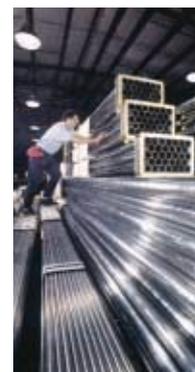
Osservando dettagliatamente il dato relativo agli occupati, si evidenzia che il comparto agricolo aumenta di 1.000 unità, pari ad una variazione positiva del +9,1%.

Positivo anche il trend per il settore industriale che cresce del +4,2%, grazie alla buona performance del comparto edile (+12,5%).

Qualche difficoltà invece per il settore dei servizi che segnalano una flessione del 2,4%.

Gli andamenti finora analizzati hanno quindi determinato:

- un innalzamento del **tasso di occupazione**, che si è attestato al 43,3% (42,7% nel 2002), risultando però inferiore sia al valore nazionale (44,8%) che a quello regionale (43,7%);
- una consistente flessione del **tasso di disoccupazione**, sceso al 4,5% (6,7% nel 2002) e che rimane comunque al di sotto della media regionale (5,4%) e nazionale (8,7%).



### 1.3 Il commercio estero

I dati (ancora provvisori), diffusi dall'ISTAT, sul commercio estero segnalano una buona performance delle **esportazioni** della provincia di Chieti, che coprono ben il 55% del totale dell'export regionale.

Si evidenzia, infatti, un lieve incremento del valore delle stesse rispetto al corrispondente dato nel 2002, pari all'1,5%, passando da 2.905 a 2.948,3 milioni di euro. Anche se l'incremento è contenuto, il dato è da interpretarsi in senso positivo, in quanto, sia a livello nazionale che a livello regionale, le vendite all'estero hanno subito delle consistenti flessioni, rispettivamente del -4% e del -2,5%.

Il grado di apertura al commercio estero (42,8%), calcolato come rapporto tra export e valore aggiunto, risulta superiore sia alla media regionale (25,2%) che a quella nazionale (22,9%).

Dal punto di vista settoriale, il comparto dei *mezzi di trasporto* si



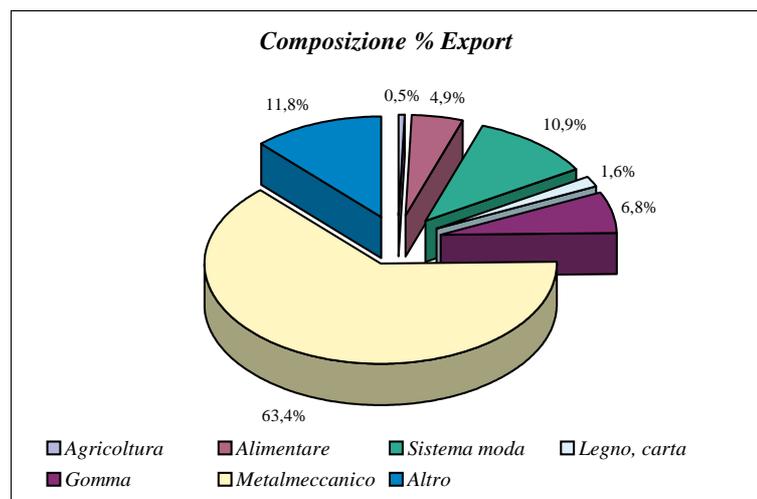


**Tav. 1.3.1 - Esportazioni, valori assoluti 2001-2003, var. % 03/02**

	ESPORTAZIONI			
	2001	2002	2003	Var. 03/02
Abruzzo	5.423.824.897	5.500.789.991	5.363.350.788	-2,5%
LAquila	1.091.048.462	1.158.920.996	1.039.380.115	-10,3%
Teramo	1.040.633.255	1.039.061.546	1.003.639.844	-3,4%
Pescara	399.466.428	397.718.472	372.025.723	-6,5%
Chieti	2.892.676.752	2.905.088.977	2.948.305.106	1,5%

Fonte: Istat

conferma il più importante, incidendo per quasi il 40% sul totale dell'export provinciale. Tale settore, inoltre, ha evidenziato una crescita in valore dell'1,7% rispetto all'anno precedente. Aumenti abbastanza significativi si hanno anche per il comparto degli *articoli in gomma* (+10,5%) e per le *macchine elettriche e apparecchiature elettriche* (+14,5%).



In positivo appaiono anche le industrie del comparto moda, soprattutto per quanto riguarda l'*abbigliamento*, cresciuto del 10,9%, e delle calzature (+14,3%).

Per avere indicazioni sul contenuto tecnologico dei beni commercializzati, i prodotti sono stati classificati in base alla tassonomia di Pavitt e raggruppati in tre gruppi distinti (agricoltura e materie prime; prodotti tradizionali e standard; prodotti specializzati e high tech).

Relativamente alla provincia teatina la quota di esportazioni di prodotti specializzati e di contenuto tecnologico è molto elevata: il 63% del totale delle esportazioni appartiene a tale tipologia di prodotti (per l'Abruzzo la quota è del 55,5% e per l'Italia è del 42,5%).

Con riferimento all'altra componente dell'interscambio, si è re-

Tav. 1.3.2 - Importazioni, valori assoluti 2001-2003, var. % 03/02

	IMPORTAZIONI			
	2001	2002	2003	Var.03/02
Abruzzo	3.886.765.184	3.926.127.505	3.740.638.425	-4,7%
Aquila	1.144.130.973	1.142.166.631	960.340.369	-15,9%
Teramo	661.282.192	663.986.494	696.090.059	4,8%
Pescara	455.478.583	474.044.649	455.164.046	-4,0%
Chieti	1.625.873.436	1.645.929.731	1.629.043.951	-1,0%

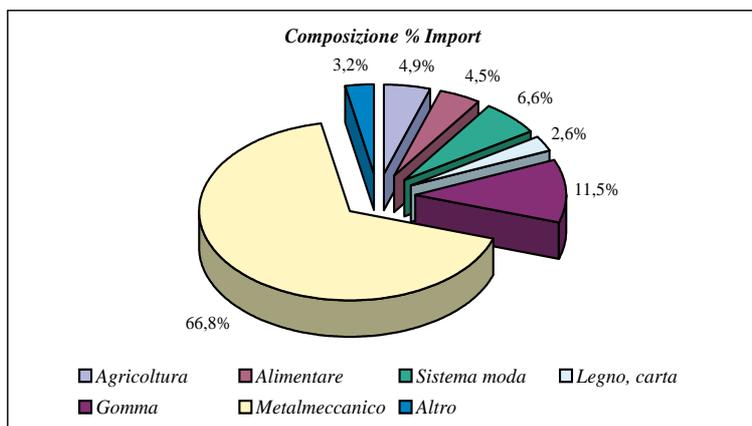
Fonte: Istat

gistrato un trend negativo: le **importazioni**, infatti, sono diminuite dell'1% per un valore nominale che ha raggiunto quota 1.629 milioni di euro.

In particolare, consistenti flessioni percentuali sono state evidenziate nel settore degli *autoveicoli* (-4,7%) e in quello dell'*agricoltura e orticoltura* (-17,8%). I maggiori incrementi si rilevano, invece, nel comparto delle *macchine produzione energia meccanica* (+10,6%) e in quello dei *cicli e motocicli* (+4,4%).

Le dinamiche osservate hanno determinato un **saldo** attivo della bilancia commerciale provinciale, in crescita rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente. In termini assoluti il surplus, infatti, si è accresciuto di 60,1 milioni di euro, pari ad una variazione percentuale del +4,8% rispetto all'anno precedente.

Disaggregando i dati relativamente ai **mercati di sbocco**, si rileva che i principali partners della provincia di Chieti sono i paesi dell'Unione Europea, mercato che assorbe il 74% delle vendite e che vede Francia e Germania detenere le quote maggiori. Relativamente alle esportazioni verso i paesi extraeuropei, si evidenziano variazioni positive elevate per il Canada (+27,7%) e per gli Stati Uniti d'America (+9,5%), anche se tali paesi assor-



Tav. 1.3.3 - Primi 10 Paesi per valore delle esportazioni e delle importazioni, Var. % 03/02

ESPORTAZIONI				IMPORTAZIONI					
		2002	2003	var. %		2002	2003	var. %	
1	Germania	710.038.336	697.574.690	-1,8%	1	Francia	381.491.613	409.938.606	7,5%
2	Francia	633.202.649	651.935.332	3,0%	2	Giappone	267.738.937	280.788.982	4,9%
3	Regno Unito	217.002.145	290.769.113	34,0%	3	Germania	247.285.945	179.802.497	-27,3%
4	Spagna	197.512.374	199.442.480	1,0%	4	Belgio	79.556.850	77.334.520	-2,8%
5	Polonia	145.353.456	111.854.680	-23,0%	5	Paesi Bassi	74.941.878	70.541.015	-5,9%
6	Belgio	94.961.905	95.979.167	1,1%	6	Stati Uniti	73.968.169	67.300.211	-9,0%
7	Ungheria	47.815.784	91.842.370	92,1%	7	Spagna	65.295.862	57.099.168	-12,6%
8	Stati Uniti	80.610.140	88.236.502	9,5%	8	Regno Unito	43.854.621	55.168.335	25,8%
9	Slovenia	50.246.796	76.804.201	52,9%	9	Romania	53.537.403	50.729.247	-5,2%
10	Austria	61.607.740	50.346.485	-18,3%	10	Cina	20.343.393	33.398.237	64,2%

Fonte: Istat

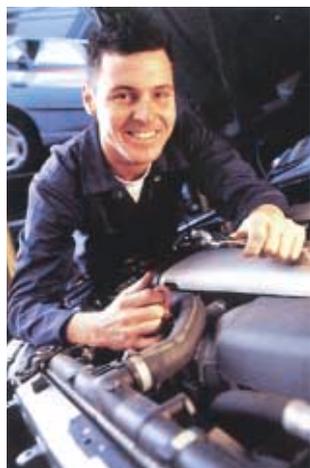
bono ancora quote modeste del totale delle esportazioni. Anche per quanto riguarda i **mercati di approvvigionamento** è netta la predominanza dei paesi comunitari, che rappresentano il 56,5% del totale degli acquisti. Tra i paesi extracomunitari è elevata la quota detenuta dal Giappone che, nel 2003, ha ulteriormente aumentato le vendite verso la nostra provincia del +4,9%.

#### 1.4 Il valore aggiunto

Il valore aggiunto (computato ai prezzi base) rappresenta l'aggregato principe della contabilità nazionale e fornisce una misura quantitativa della ricchezza prodotta dal sistema economico nell'arco dell'anno di riferimento. Viene calcolato per i tre grandi macro settori (agricoltura, industria e servizi) e, per eliminare l'effetto dimensione territoriale, viene riportato alla popolazione residente in modo tale da ottenere un indicatore confrontabile territorialmente e che indichi il grado di crescita economica raggiunta da un'area.

L'esame dei dati relativi al valore aggiunto provinciale consente di evidenziare come l'economia della provincia di Chieti sia interessata da un processo di terziarizzazione: il 64,1% del valore aggiunto, infatti, è prodotto dal settore delle **altre attività**, comprendente principalmente il settore commerciale, i servizi e il turismo.

Il peso dell'**industria**, invece, si è attestato al 31,2% mentre l'**agricoltura** ricopre soltanto il 4,8%.



Tra le province abruzzesi, Chieti è quella che ricopre la posizione più elevata nella graduatoria nazionale, collocandosi al 65° posto, seguita da Pescara (67°), Teramo (70°) e L'Aquila (72°). Dopo un certo rallentamento verificatosi nel 1998, il PIL pro capite ha continuato a crescere a ritmi abbastanza sostenuti. Rispetto al 1995, tale indicatore, infatti, è cresciuto del 34%, ad un tasso superiore sia alla media regionale (31,2%) che a quella nazionale (33,8%).



**Tav. 1.4.1 - Composizione % per settori del PIL - 2002**

	<b>Agricoltura</b>	<b>Industria</b>	<b>Altre Attività</b>
<b>Abruzzo</b>	<b>4,0</b>	<b>27,4</b>	<b>68,6</b>
L'Aquila	3,9	20,3	75,7
Teramo	4,2	32,3	63,5
Pescara	2,8	24,8	72,4
<b>Chieti</b>	<b>4,8</b>	<b>31,2</b>	<b>64,1</b>
<b>ITALIA</b>	<b>2,6</b>	<b>27,3</b>	<b>70,1</b>

**Fonte: Istituto G. Tagliacarne**

<sup>1</sup> Punti operativi che svolgono con il pubblico, in tutto o in parte, l'attività della banca; rientrano nella definizione gli sportelli a operatività particolare; sono esclusi gli uffici di rappresentanza.

<sup>2</sup> Raccolta monetaria di soggetti non bancari effettuata dalle banche sotto le seguenti forme: depositi a risparmio liberi e vincolati, buoni fruttiferi, certificati di deposito, conti correnti liberi e vincolati. Le informazioni presentate sono rilevate per localizzazione della clientela (ovvero secondo la residenza dei clienti) e non per localizzazione degli sportelli.

<sup>3</sup> Finanziamenti erogati dalle banche a soggetti non bancari. L'aggregato comprende: rischio di portafoglio, scoperti di conto corrente, finanziamenti per anticipi, mutui, anticipazioni non regolate in conto corrente, rapporti, sovvenzioni diverse non regolate in conto corrente, prestiti su pegno, prestiti contro cessioni di stipendio, cessioni di credito, impieghi con fondi di terzi in amministrazione, altri investimenti finanziari, sofferenze, effetti insoluti e al protesto di proprietà. L'aggregato è al netto degli interessi e delle operazioni pronti contro termine. Le informazioni presentate sono rilevate per localizzazione della clientela (ovvero secondo la residenza dei clienti) e non per localizzazione degli sportelli.

**Tav. 1.4.2 - Graduatoria delle province in base al reddito pro-capite**

	<b>Posizione 2002</b>	<b>Pro-capite (in euro)</b>	<b>Var. % 2002/1995</b>
<b>Abruzzo</b>	<b>13</b>	<b>16.577,2</b>	<b>31,2</b>
L'Aquila	72	15.984,6	26,7
Teramo	70	16.123,4	28,2
Pescara	67	16.710,0	35,2
<b>Chieti</b>	<b>65</b>	<b>17.276,8</b>	<b>34,0</b>
<b>ITALIA</b>		<b>19.676,7</b>	<b>33,8</b>

**Fonte: Istituto G. Tagliacarne**

## 1.5 Gli indicatori creditizi

Il sistema creditizio opera in provincia di Chieti con 157 sportelli<sup>1</sup>, il più alto numero rispetto alle altre province abruzzesi. L'ammontare dei depositi<sup>2</sup> bancari ha registrato un aumento del +10,8%, raggiungendo quota 2.702.801 Euro; ciò ha consentito alla provincia teatina di collocarsi al secondo posto nella graduatoria regionale. Facendo riferimento agli impieghi<sup>3</sup> si nota che anch'essi si pre-

<sup>4</sup> Le sofferenze comprendono la totalità dei rapporti per cassa in essere con soggetti in stato di insolvenza o in situazioni sostanzialmente equiparabili, a prescindere dalle garanzie che li assistono, al lordo delle svalutazioni operate per previsioni di perdita. Le informazioni presentate sono rilevate per localizzazione della clientela (ovvero in base alla residenza dei clienti che sono in stato di sofferenza) e non per localizzazione degli sportelli.

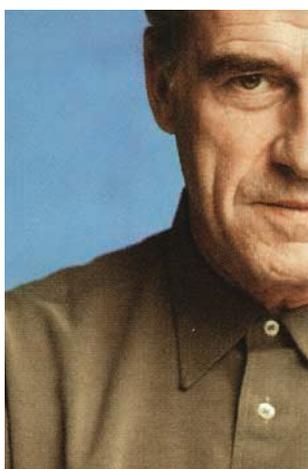
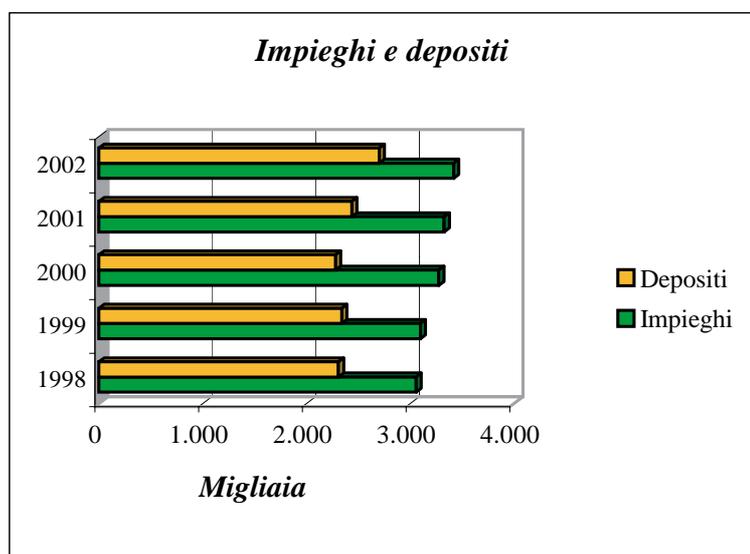
sentano in rialzo (+2,7%), anche se con un tasso meno elevato e al di sotto dei livelli medi regionali e nazionali.

Osservando la serie storica dei **crediti in sofferenza**<sup>4</sup> è possibile evidenziarne una progressiva diminuzione: il rapporto sofferenze/impieghi, infatti, è passato dal 14% del 1998 al 5,8% del 2002, valore che, comunque, rimane lievemente al di sopra della media nazionale.

**Tav. 1.5.1 - Depositi, impieghi, sofferenze su impieghi**

	Depositi	Impieghi	Sofferenze su impieghi Valori %
<b>1998</b>	2.309.078	3.057.779	14,0
<b>2000</b>	2.341.496	3.098.448	9,3
<b>2001</b>	2.281.432	3.276.954	8,6
<b>2002</b>	2.438.651	3.328.267	7,0
<b>2003</b>	2.702.801	3.419.696	5,8

Fonte: Banca d'Italia



## 1.6 Reddito disponibile e tenore di vita

All'espressione "tenore di vita" si suole attribuire un significato più o meno ampio a seconda del contesto in cui viene utilizzata. Nel significato più ristretto del termine, che privilegia l'aspetto materialistico, il tenore di vita indica la quantità di beni e servizi (sia primari che voluttuari) di cui ciascun individuo può disporre, indipendentemente dalle reali condizioni di salute, dai vincoli relazionali e dall'ambiente nel quale egli vive.

Posto in questi termini, il tenore di vita trova la sua naturale identificazione in una serie di indicatori che vanno dal reddito disponibile pro capite (ottenuto dividendo il valore totale per la popolazione residente) ai **consumi finali** interni delle famiglie, dai consumi di energia elettrica al parco autovetture circolante.



**Tav. 1.6.1 - Consumi finali interni alimentari e non alimentari**

	Alimentari	Non Alimentari	Totale
<b>1999</b>	679.300	3.000.900	3.680.200
<b>2000</b>	693.300	3.135.200	3.828.500
<b>2001</b>	719.600	3.262.200	3.981.800

Fonte: elaborazioni Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT

**Tav. 1.6.2 - Reddito disponibile delle famiglie (milioni di €)**

	2000	2001	Var. % 2001/2000
<b>Chieti</b>	4.520,3	4.794,6	6,1
<b>Abruzzo</b>	15.724,3	16.578,3	5,4
<b>ITALIA</b>	795.451,4	836.889,0	5,2

Fonte: elaborazioni Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT



In provincia di Chieti i consumi finali interni delle famiglie sono aumentati del +4%, in linea con quanto riscontrato a livello regionale (+3,8%) e nazionale (+3,9%).

Esaminando più nel dettaglio i dati, si nota che è maggioritaria la componente dei consumi non alimentari, che assorbe l'81,9% del totale, a scapito di quella dei consumi alimentari, che ricopre il 18,1%. Tale composizione, inoltre, non ha subito variazioni rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda il **reddito disponibile** delle famiglie, se ne evidenzia un consistente rialzo, pari al +6,1%. Questo incremento è il più elevato di tutte le province abruzzesi e si colloca ad un livello più

**Tav. 1.6.3 - Reddito disponibile pro-capite delle famiglie (milioni di €)**

	2000	2001	Var. % 2001/2000
<b>Chieti</b>	11.849,5	12.551,6	5,9
<b>Abruzzo</b>	12.476,5	13.132,6	5,3
<b>ITALIA</b>	13.984,5	14.683,9	5,0

Fonte: elaborazioni Istituto G. Tagliacarne su dati ISTAT

elevato anche per quanto riguarda la media nazionale (+5,2%). Il valore del reddito disponibile pro capite, vale a dire il reddito di un individuo diminuito dei costi indispensabili per la sussistenza e delle imposte pagate, è aumentato del 5,9%, ma in questo caso si evidenzia che il valore assoluto è al di sotto sia della media regionale che di quella nazionale.

### 1.7 Le vere nuove imprese



Unioncamere da qualche anno conduce un'analisi sulle iscrizioni al Registro Imprese, al fine di stabilire quante sono realmente le nuove imprese non derivanti da trasformazioni, scorpori, fusioni di imprese già esistenti.

Gli ultimi dati disponibili evidenziano che soltanto il 60,7% (in valore assoluto 1.570 unità) del totale delle iscrizioni fa riferimento a nuove imprese, mentre il restante 39,3% riguarda imprese nate da aziende pre-esistenti.

Esaminando i dati per settore, si evince che il commercio detiene l'incidenza percentuale (rispetto al totale delle nuove iscrizioni) più elevata, pari al 24%, seguito dalle costruzioni (11,8%) e dall'industria in senso stretto (10,3%)

I veri nuovi imprenditori (per imprenditore si intende il socio che gestisce l'impresa) nella provincia teatina sono risultati 1.637, di cui per il 60,5% maschi e per il 39,5% femmine.

La disaggregazione dei dati per classe di età mostra che il 40% dei nuovi imprenditori appartiene alla fascia di età 25-35 anni, il 26,3% a quella 35-49 anni.

Le percentuali più basse riguardano la classe più giovane (meno di 25 anni) che assorbe il 20,6% e la classe più anziana (più di 50 anni) con il 13,1%.



**Tav. 1.7.1 - Imprese iscritte nel 2001 suddivise in nuove imprese e trasformazioni, scorpori, per attività economica**

	Totale imprese iscritte nel 2001	Nuove imprese		Trasformazioni, scorpori, separazioni o filiazioni di impresa	
		V.A.	%	V.A.	%
Agricoltura, caccia e relativi servizi	535	331	61,8	204	38,2
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	2	1	50,0	1	50,0
Attività manifatturiere	273	162	59,3	111	40,7
Prod. e distrib. energ. elettr., gas e acqua	1	0	0,0	1	100,0
Costruzioni	301	186	61,8	115	38,2
Comm. ingr. e dett.; rip. beni pers. e per la casa	567	377	66,5	190	33,5
Alberghi e ristoranti	100	53	53,0	47	47,0
Trasporti, magazzinaggio e comunicaz.	67	53	79,1	14	20,9
Intermediaz. monetaria e finanziaria	76	57	75,0	19	25,0
Attiv. immob., noleggio, informat., ricerca	151	88	58,3	63	41,7
Istruzione	12	9	75,0	3	25,0
Sanit. e altri servizi sociali	9	8	88,9	1	11,1
Altri servizi pubblici, sociali e personali	114	87	76,3	27	23,7
Servizi domestici presso fam. e conv.	0	0	--	0	--
Imprese non classificate	379	158	41,7	221	58,3
<b>Totale</b>	<b>2.587</b>	<b>1.570</b>	<b>60,7</b>	<b>1.017</b>	<b>39,3</b>

Fonte: Unioncamere, "Osservatorio sulla demografia delle imprese"



## CAPITOLO 2

### IL LIVELLO DI COMPETITIVITÀ

#### 2.1 I principali indicatori economico – finanziari

Per analizzare il comportamento economico e finanziario delle società di capitale e delle cooperative italiane, Unioncamere ha realizzato un "Osservatorio sui bilanci delle società di capitale" che analizza, annualmente, oltre 450.000 bilanci di società agricole, industriali e dei servizi, escluse quelle del settore dell'intermediazione monetaria e finanziaria. In questo osservatorio, inoltre, sono esclusi i bilanci economicamente non significativi (fatturato e valore della produzione pari a zero, oppure presentati in stato di liquidazione).

La distribuzione delle società di capitale e del fatturato, in base alla classe dimensione del fatturato e al settore di attività economica permette di notare come la maggioranza delle imprese teatine (92,6%) sia concentrata nella prima classe di fatturato (inferiore a 5 milioni di Euro) e generi il 18,5% del fatturato provinciale.



**Tavola 2.1.1 - Imprese e fatturato per settore di attività economica e classe di fatturato (composizione %) Anno 2002**

Settore di attività	< 5 MILIONI DI €		5-50 MILIONI DI €		50-250 MILIONI DI €		>250 MILIONI DI €	
	Imprese (%)	Fatturato (%)	Imprese (%)	Fatturato (%)	Imprese (%)	Fatturato (%)	Imprese (%)	Fatturato (%)
<b>TOTALE</b>	<b>92,6%</b>	<b>18,5%</b>	<b>6,6%</b>	<b>24,1%</b>	<b>0,7%</b>	<b>19,3%</b>	<b>0,1%</b>	<b>38,0%</b>
Agricoltura, caccia, silvicoltura e pesca	93,1%	49,6%	6,9%	50,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Attivit manifatturiere	85,2%	10,0%	12,7%	20,3%	1,7%	21,5%	0,4%	48,2%
Costruzioni	96,2%	47,7%	3,5%	31,5%	0,2%	20,9%	0,0%	0,0%
Commercio	92,9%	47,7%	7,1%	52,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Alberghi e ristoranti	98,3%	74,1%	1,7%	25,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	89,9%	15,1%	8,7%	24,7%	0,7%	8,8%	0,7%	51,5%
Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	99,1%	45,5%	0,4%	6,4%	0,4%	48,2%	0,0%	0,0%
Altri servizi	96,7%	40,0%	2,7%	27,5%	0,5%	32,5%	0,0%	0,0%

Fonte: Centro Studi Unioncamere nazionale - Osservatorio sui bilanci delle società di capitale, 2004

Nella fascia intermedia (da 5 a 50 milioni di Euro) si colloca il 6,6% delle imprese, con una quota di fatturato pari al 24,1%, mentre in quella da 50 a 250 milioni di Euro di fatturato si colloca il 19,3% delle imprese.

Nell'ultima classe (superiore a 250 milioni di euro) si trova soltanto lo 0,1% delle imprese, che però è in grado di determinare ben il 38% del fatturato provinciale.

Un'altra importante informazione che scaturisce dai dati dell'Osservatorio riguarda il R.O.I. (return on investment), un in-



dice utilizzato per misurare la redditività delle risorse impiegate nell'azienda, sia quelle di origine interna apportate dai soci che quelle esterne fornite in prestito dai vari creditori.

Per la provincia di Chieti tale indicatore si presenta in crescita rispetto all'anno precedente, testimoniando, quindi, un'aumentata redditività delle imprese di capitale. Tra i settori favoriti si distingue quello inerente le attività immobiliari, noleggio, informatica, che mostra un R.O.I. molto al di sopra della media (15,8%).

**Tav. 2.1.2 - R.O.I. (Return on investment) per settore di attività economica (valori %)**

CHIETI	ANNO					
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
<b>TOTALE</b>	<b>5,2</b>	<b>6,1</b>	<b>5,7</b>	<b>5,6</b>	<b>5,3</b>	<b>6,0</b>
Agricoltura, caccia, silvicoltura e pesca	2,5	2,5	1,3	2,1	1,5	1,0
Attività manifatturiere	6,7	6,8	6,7	6,2	5,9	5,5
Costruzioni	3,2	4,3	5,1	4,4	3,6	4,3
Commercio	3,6	4,7	4,0	3,8	4,7	4,4
Alberghi e ristoranti	1,7	2,4	3,6	3,2	4,5	3,4
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	-8,9	1,4	0,3	2,6	3,4	2,2
Att. immob., noleggio, informat., altre attiv. imprend.	1,3	4,6	1,7	8,0	6,0	15,8
Altri servizi	6,9	8,9	7,1	2,9	3,3	3,4

Fonte: Centro Studi Unioncamere nazionale - Osservatorio sui bilanci delle società di capitale, 2004

Per misurare la produttività del fattore lavoro è stato elaborato un indice ottenuto come rapporto tra il valore aggiunto generato in una determinata provincia e gli addetti occupati nelle unità locali della provincia stessa<sup>5</sup>.

I dati relativi alla provincia di Chieti mostrano che la **produttività del fattore lavoro**, misurata dal valore aggiunto per addetto, è stata pari a 52,4 mila Euro, valore superiore sia alla media regionale (49,3) che a quella nazionale (50,7).

<sup>5</sup> Quest'analisi è stata condotta ripartendo territorialmente il valore aggiunto di un'impresa in proporzione agli addetti occupati nelle varie unità locali provinciali. Ipotizzando che la produttività di un'impresa sia la stessa in tutte le sue unità locali provinciali, avremo, ad esempio, che una società con un valore aggiunto di 100 milioni di euro e 10 addetti di cui 6 nelle unità locali della provincia di Milano e 4 a Torino, avrà 60 milioni di euro di valore aggiunto a Milano (100 x 6/10) e 40 a Torino. Il passo successivo consiste nel sommare questi "valori aggiunti provincializzati" e dividerli per gli addetti occupati nelle unità locali della provincia stessa. Analogamente per misurare il costo del fattore lavoro, sono state dapprima ripartite territorialmente le spese del personale occupato in azienda (salari, stipendi, oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'impresa, TFR e altri costi) in base al numero di addetti che lavorano nelle diverse unità locali provinciali. Il passo successivo è consistito nel dividere questi "costi del personale provincializzati" per gli addetti occupati nelle unità locali della provincia stessa.

**Tav. 2.1.3 - Valore aggiunto per addetto nelle società di capitale - Dati in migliaia di €, Anno 2001**

	SETTORI DI ATTIVITA' ECONOMICA			TOTALE
	Agricoltura	Industria	Servizi	
<b>CHIETI</b>	32,9	63,7	30,3	52,4
<b>ABRUZZO</b>	37,0	55,1	40,0	49,3
<b>ITALIA</b>	28,1	55,1	46,6	50,7

Fonte: Centro Studi Unioncamere nazionale - Osservatorio sui bilanci delle società di capitale, 2004



Tale indicatore inoltre si presenta abbastanza diversificato nei tre macrosettori: nell'industria, infatti, la produttività raggiunge valori più elevati, quasi il doppio rispetto al comparto agricolo.

Il **costo del lavoro** per addetto, appare invece più omogeneo nei tre comparti: si attesta a 27,6 mila Euro nell'industria, a 22,3 nei servizi, per toccare il valore più basso nel settore agricolo (19,5 mila Euro).

Il valore medio, che è pari a 25,8 mila, si colloca sostanzialmente allo stesso livello regionale (25,6) e al di sotto di quello nazionale (29,3 mila Euro).

**Tav. 2.1.4 - Costo del lavoro per addetto nelle società di capitale - Dati in migliaia di €, Anno 2001**

	SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA			TOTALE
	Agricoltura	Industria	Servizi	
<b>CHIETI</b>	19,5	27,6	22,3	25,8
<b>ABRUZZO</b>	27,4	26,2	24,5	25,6
<b>ITALIA</b>	19,5	27,6	22,3	25,8

Fonte: Centro Studi Unioncamere nazionale - Osservatorio sui bilanci delle società di capitale, 2004

## 2.2 I gruppi di impresa

L'assetto organizzativo del tessuto economico italiano ha subito, negli ultimi anni, alcuni cambiamenti di particolare rilievo: un numero sempre maggiore di imprese, infatti, sceglie di crescere sviluppando non la dimensione aziendale, ma i legami con altre imprese.

Le motivazioni che spingono le imprese a "raggrupparsi" sono riconducibili essenzialmente all'acquisizione di vantaggi competitivi, alla maggiore capacità di adattamento ai cambiamenti imposti dal mercato attraverso l'accentramento di funzioni aziendali critiche, come approvvigionamenti, finanza, ricerca e sviluppo.

L'analisi condotta dall'Osservatorio Unioncamere<sup>6</sup> ha riscontrato che al modello dei **gruppi di impresa** fa riferimento il 31,9% del totale degli occupati in Italia, per un valore aggiunto che raggiunge il 31,6% del totale.



<sup>6</sup> La base dati di partenza è costituita dalla banca dati soci aggiornata al 2000. I dati sono relativi alla totalità delle società di capitale più altre forme giuridiche che hanno l'obbligo di deposito delle partecipazioni. Sono escluse dall'indagine le società quotate in borsa, che presentano un azionariato diffuso e variabile.

In quest'analisi si considera "gruppo d'impresa", il gruppo al cui interno vi sono relazioni di maggioranza, cioè imprese o persone fisiche che detengono il controllo, diretto o indiretto, di altre società di capitale con quote maggiori del 50%.

**Tav. 2.2.1 - Distribuzione territoriale dei gruppi**

	Capogruppo per sede	Controllate per sede	Addetti totali in gruppo	Valore aggiunto delle imprese in gruppo*	% sul totale addetti del territorio	% sul valore aggiunto del territorio
<b>CHIETI</b>	204	442	19.562	1.045	17,8	17,1
<b>ABRUZZO</b>	810	1.845	55.229	2.825	16,9	14,3
<b>ITALIA</b>	66.465	157.421	5.028.933	338.937	31,9	31,6

Fonte: Centro Studi Unioncamere nazionale - Osservatorio sui gruppi d'impresa, 2004

\* Il valore aggiunto, a valori correnti anno 2000, è espresso in milioni di euro.

Focalizzando l'attenzione sulla provincia di Chieti, si nota che gli indicatori che misurano tale fenomeno, sono inferiori ai livelli nazionali.

I gruppi presenti in provincia (204 che controllano 442 imprese), infatti, producono il 17,1% del valore aggiunto provinciale ed occupano il 17,8% degli addetti.

La situazione, comunque, non si discosta molto da quella osservabile a livello regionale.

### 2.3 Il grado di attrattività del territorio: la localizzazione e delocalizzazione d'impresa



La presenza delle imprese su un determinato territorio influisce sulla crescita della società civile, incrementando l'occupazione e generando ricchezza: è chiaro, quindi, che se le decisioni strategiche vengono effettuate all'interno di un determinato territorio piuttosto che in un altro, questo ha implicazioni sia in termini di sviluppo economico che sociale (si pensi, ad esempio, al tema molto dibattuto dell'imposizione fiscale locale o a quello delle politiche di sviluppo locale).

I dati tratti dal Registro Imprese consentono di analizzare il grado di *attrazione* di una provincia, rapportando il numero di dipendenti che lavorano in unità locali di imprese che hanno sede in un'altra provincia con la totalità dei dipendenti impiegati nel territorio analizzato. Osservando le imprese con sede in una provincia, è possibile valutare il grado di delocalizzazione, rapportando i dipendenti che lavorano in unità locali fuori provincia con la totalità dei dipendenti occupati in queste imprese. Per quanto riguarda la provincia di Chieti, risulta che essa è la provincia abruzzese che ha il più alto grado di *attrazione* (25,7%), cioè di occupazione creata sul territorio da imprese extraprovinciali: 18.594 dipendenti, infatti, lavorano in unità locali di imprese la cui sede principale è fuori provincia. I fenomeni di delocalizzazione (misurabile come occupazione creata al di fuori dei confini provinciali) invece sono meno intensi, con una percentuale che si è attestata al 12,1%.

**Tav. 2.3.1 - I fenomeni di attrazione e delocalizzazione**

	ATTRAZIONE		DELOCALIZZAZIONE	
	Dipendenti in UL di imprese con sede fuori dal territorio		Dipendenti in UL fuori territorio di imprese con sede nel territorio	
	Valori Assoluti	Valori %	Valori Assoluti	Valori %
L'Aquila	14.224	34,0	4.090	12,9
Teramo	8.376	14,8	5.974	11,0
Pescara	11.516	25,0	6.360	15,6
<b>Chieti</b>	<b>18.594</b>	<b>25,7</b>	<b>7.440</b>	<b>12,1</b>
<b>Abruzzo</b>	<b>44.064</b>	<b>20,3</b>	<b>15.218</b>	<b>8,1</b>

Fonte: elaborazione Centro Studi Unioncamere su dati Registro Imprese

## 2.4 Gli investimenti diretti esteri - IDE

Si definiscono diretti gli investimenti che realizzano un interesse durevole tra un'impresa residente nell'economia nazionale ed una residente in un'altra economia.

**Tav. 2.4.1 - Flussi di investimenti diretti dall'estero verso l'Italia e dall'Italia verso l'estero**

	2001		2002	
	esteri	italiani	esteri	italiani
<b>Abruzzo</b>	<b>30.872</b>	<b>33.542</b>	<b>40.420</b>	<b>80.308</b>
L'Aquila	246	484	2.669	1.082
Teramo	8.407	2.606	9.511	9.143
Pescara	15.553	16.176	6.035	51.143
<b>Chieti</b>	<b>6.666</b>	<b>14.276</b>	<b>22.205</b>	<b>18.940</b>
<b>ITALIA</b>	<b>30.968.881</b>	<b>41.537.466</b>	<b>30.652.311</b>	<b>28.135.127</b>

*Fonte: elaborazioni su dati Ufficio Italiano Cambi*

Sono considerati **investimenti diretti**: le partecipazioni dirette o indirette non rappresentate da titoli e i rapporti di natura finanziaria intercorrenti tra partecipante e partecipata; le partecipazioni, dirette o indirette, rappresentate da titoli di ammontare uguale o superiore al 10% del capitale dell'impresa partecipata, in termini di azioni ordinarie e di azioni con diritto di voto e i rapporti di natura finanziaria intercorrenti tra partecipante e partecipata. Per convenzione sono considerati investimenti diretti anche gli investimenti immobiliari.

Gli investimenti diretti verso l'estero da parte di investitori della provincia di Chieti rappresentano ancora una quota esigua del totale nazionale, anche se essi risultano in crescita del 32,7% rispetto all'anno precedente.

Anche per quanto riguarda la capacità di attrarre investimenti dall'estero la situazione non è molto diversa: si nota, però, che oltre il 50% del totale delle risorse indirizzate verso l'Abruzzo, è destinato alla provincia di Chieti.

## 2.5 La formazione continua

L'indagine Excelsior, condotta ogni anno dal sistema camerale, permette di rilevare alcuni aspetti sulla **formazione** dei dipendenti delle imprese della provincia di Chieti, focalizzando l'attenzione non soltanto sul numero di formati, ma anche sulla spesa sostenuta per la loro formazione e sulla natura della provenienza dei fondi utilizzati a tale scopo.





Nel 2002, le imprese teatine hanno speso quasi 7,5 milioni di Euro per la formazione dei propri dipendenti, utilizzando per oltre il 90% fondi propri.

Il numero di lavoratori formati si è attestato a 11.541 unità, pari al 16,7% del totale dei dipendenti.

La distribuzione per settori produttivi evidenzia che la quota più elevata di formati si concentra nel comparto delle industrie meccaniche, elettroniche e dei mezzi di trasporto, che assorbe il 26,8% del totale dei formati.

Per quanto riguarda la dimensione aziendale, si evince che quasi il 43% del totale dei formati lavora in imprese con più di 250 dipendenti.

**Tavola 2.5.1 - Dipendenti al 31.12.2002, numero di formati e costo della formazione per settore di attività e classe dimensionale**

	Formati totali	Formati Dipendenti	Costo totale formazione (migliaia di euro)	Fondi propri (migliaia di euro)	Fondi pubblici (migliaia di euro)	Dipendenti 31.12.2002
<b>TOTALE</b>	<b>11.541</b>	<b>10.804</b>	<b>7.467</b>	<b>6.735</b>	<b>732</b>	<b>69.084</b>
<i>1-9 Dipendenti</i>	2.845	2.150	2.803	2.703	100	18.222
<i>10-49 Dipendenti</i>	2.052	2.011	1.453	1.344	109	17.649
<i>50-249 Dipendenti</i>	1.690	1.690	756	695	60	15.237
<i>&gt;= 250 Dipendenti</i>	4.954	4.953	2.455	1.993	462	17.976

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema informativo Excelsior, 2003

## 2.6 I brevetti

<sup>7</sup> Il brevetto è un titolo in forza del quale viene conferito un monopolio temporaneo di sfruttamento sul trovato oggetto del brevetto stesso consistente nel diritto esclusivo di realizzarlo, di disporne e di farne oggetto di commercio. Possono costituire oggetto di brevetto: 1) le invenzioni industriali, 2) i modelli di utilità, 3) modelli ornamentali. Il marchio d'impresa è un segno distintivo che serve a identificare inequivocabilmente i prodotti o i servizi che un'impresa produce o mette in commercio. I brevetti ed i marchi possono essere registrati attraverso una domanda da presentarsi alla locale Camera di Commercio, ovvero all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi facente capo al Ministero delle Attività Produttive.

Il numero di domande di **brevetto**<sup>7</sup> depositate rappresenta un indicatore dell'attività innovativa e dello sviluppo tecnologico di un sistema produttivo.

L'esame dei dati relativi alla provincia di Chieti evidenzia un numero limitato di domande di brevetto presentate, anche se il fenomeno si presenta in crescita. Nel 2003, infatti, sono state depositate 31 domande di brevetto (23 per invenzioni, 4 per modelli ornamentali e 4 per modelli di utilità), con una crescita del +29% rispetto all'anno precedente.



**Tav. 2.6.1 - Domande depositate per invenzioni, modelli ornamentali, modelli di utilità e marchi**

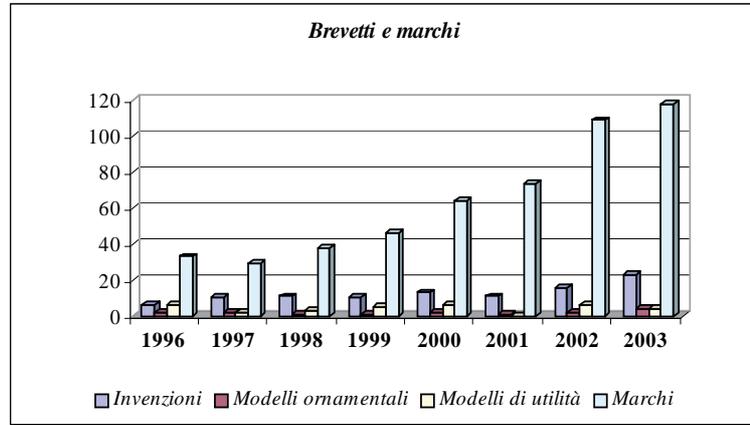
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>Invenzioni</b>	6	10	11	10	13	11	16	23
<b>Modelli ornamentali</b>	2	2	1	1	2	1	2	4
<b>Modelli di utilità</b>	6	2	3	5	6	0	6	4
<b>Marchi</b>	33	29	38	46	64	74	109	118

Fonte: Ministero delle Attività Produttive



Più numerose, invece, si presentano le domande per il deposito di marchi, che hanno raggiunto quota 118.

La dinamica dei depositi nel periodo 1996-2003 mostra, inoltre, un andamento sempre crescente: si è passati, infatti, dalle 33 domande depositate nel 1996 alle attuali 118, registrando un tasso di crescita del +257%.



## CAPITOLO 3

### GLI SCENARI PREVISIONALI



#### 3.1 Previsioni per l'Abruzzo

Secondo le previsioni del Centro Studi di Unioncamere, il 2003 si è chiuso con una crescita del prodotto interno lordo dell'Abruzzo dello 0,7%. La prospettiva dovrebbe migliorare sensibilmente nel 2004, determinando un aumento del Pil del 2,1%, valore più alto rispetto al Mezzogiorno (+1,6%) e all'Italia (+1,7%).

Nel 2003 la debole congiuntura ha ridotto le importazioni (-4,1%), che però riprenderanno a crescere a partire dal 2004 (+1%). Le esportazioni chiuderanno il 2004 ad un livello invariato rispetto all'anno precedente per raggiungere nel 2005 una crescita del +1,3%. La dinamica della domanda interna, +1,7% nel 2003, presenta anche per il futuro un andamento soddisfacente (+3% nel 2006), risultando sostenuta sia dai consumi delle famiglie (+2,7% nel 2004) che dagli investimenti fissi lordi che, ridotti nel 2003 (-1,8%), riprenderanno a crescere nel 2004 (+2,3%). A livello di macrosettori, nel 2003 si nota la difficoltà del settore agricolo, il cui valore aggiunto si presenta con un tasso di crescita negativo (-3,7%). La crescita del Pil è stata determinata dallo sviluppo del valore aggiunto nei settori dei servizi (+1,2%) e soprattutto delle costruzioni (+3,3%).

Secondo le previsioni, nel 2004 il sostegno alla crescita sarà apportato dalla ripresa del settore dei servizi (+2,8%) a cui si accompagnerà anche quella dell'industria (+0,5%), che diverrà più solida nel biennio 2005-2006.

Per quanto riguarda il comparto edile si evidenzia una inversione di tendenza a partire dal 2005 (-0,4%). La stagnazione del



Tav. 3.1.1 - Scenario di previsione al 2006 per l'Abruzzo (aggiornato a febbraio 2004)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Prodotto interno lordo</b>	1,5	0,2	0,7	2,1	2,5	2,4
<b>Domanda interna</b>	1,6	1,1	1,7	2,4	3,3	3,0
<b>Spese per consumi delle famiglie</b>	1,0	0,0	2,4	2,7	2,9	2,7
<b>Investimenti fissi lordi</b>	-0,2	2,5	-1,8	2,3	5,0	3,5
macchinari e impianti	0,3	4,5	-5,3	2,7	8,6	5,4
costruzioni e fabbricati	-1,0	-0,6	3,7	1,8	-0,4	0,5
<b>Importazioni di beni dall'estero</b>	-4,0	3,5	-4,1	1,0	2,4	2,5
<b>Esportazioni di beni verso l'estero</b>	2,2	2,5	-2,2	0,0	1,1	1,3
<b>Valore aggiunto ai prezzi base</b>						
agricoltura	-1,2	4,2	-3,7	-0,5	1,1	0,7
industria	-1,3	-0,8	-0,3	0,5	1,6	1,3
costruzioni	0,3	-0,1	3,3	1,8	-0,4	0,5
servizi	3,8	0,7	1,2	2,8	3,2	3,1
totale	2,1	0,4	0,7	2,1	2,5	2,4
<b>Unità di lavoro</b>						
agricoltura	9,1	-0,4	1,3	-3,5	-2,2	-1,9
industria	0,4	0,0	0,4	-0,1	1,5	1,2
costruzioni	8,4	-7,6	-8,4	4,1	4,5	3,2
servizi	4,4	2,6	2,9	2,1	1,6	1,2
totale	4,1	0,8	1,3	1,4	1,5	1,2
<b>Rapporti caratteristici (%)</b>						
agricoltura	54,9	55,5	56,0	56,7	57,7	58,3
industria	36,9	37,0	37,5	37,9	38,4	38,6
costruzioni	5,7	6,2	5,4	5,2	5,1	5,4
servizi	39,1	39,4	39,6	40,0	40,4	40,8

Fonte: Unioncamere, Scenari di sviluppo delle economie locali 2003-2006



settore agricolo regionale dovrebbe evolvere positivamente a partire dal 2005 (+1,1%).

Per quanto riguarda il fronte occupazionale, la crescita delle unità di lavoro impiegate, nel 2003, è stata sensibile (+1,3%), determinata principalmente dal comparto dei servizi (+2,9%). Nel biennio successivo si avrà, inoltre, un maggiore incremento delle unità di lavoro (+1,4% nel 2004 e +1,5% nel 2005). Nel 2004 proseguirà, quindi, l'aumento del tasso di occupazione, in particolare della popolazione in età di lavoro (56,7%) e la contestuale flessione del tasso di disoccupazione (5,2%).

### 3.2 Previsioni per la provincia di Chieti

Lo scenario previsionale, realizzato grazie al modello statistico elaborato da Unioncamere, permette di fornire alcune indicazioni sull'andamento più probabile dei principali aggregati a livello provinciale in assenza di interventi correttivi.

L'evoluzione attesa per la provincia di Chieti appare caratterizzata da un tasso di crescita del **valore aggiunto** del +1,9% medio annuo per il periodo 2004-2006, con un netto miglioramento rispetto al periodo 2001-2003, quando tale indicatore si attestava al +1,1%.

Tale previsione, inoltre, si colloca allo stesso livello della media del Mezzogiorno (+2%), ma risulta inferiore a quella regionale (+2,3%).

Focalizzando l'attenzione sui dati relativi alla situazione del

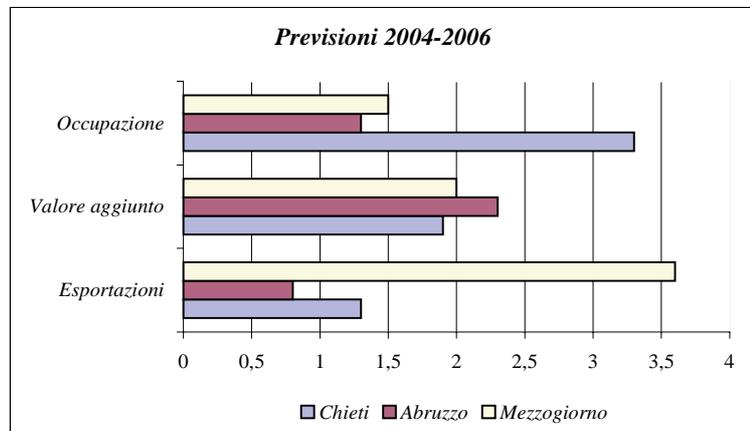


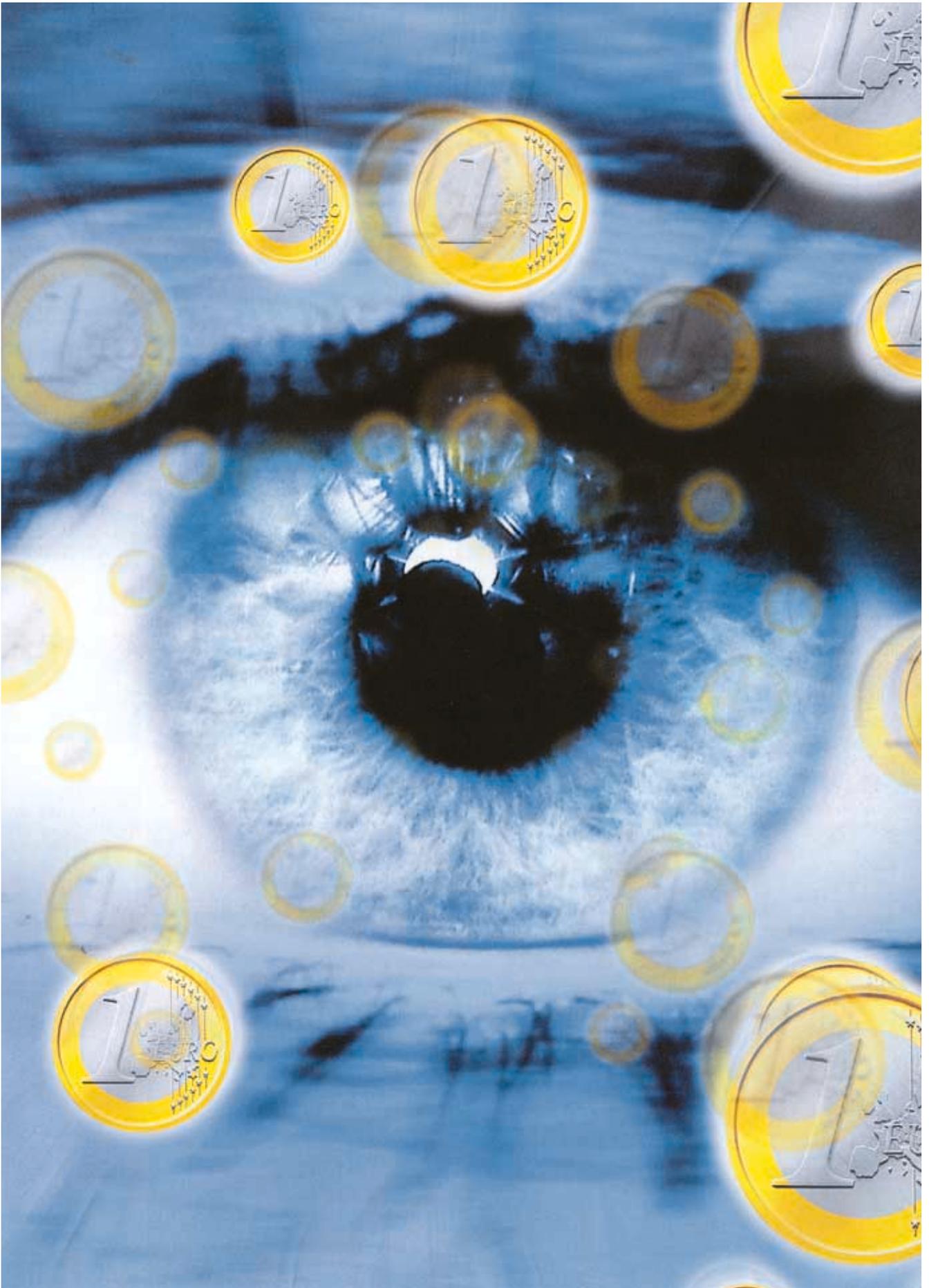
Tav. 3.2.1 - Scenario di previsione al 2006 (aggiornato a febbraio 2004)

	1998-2000	2001-2003	2004-2006
<b>Tassi di crescita medi annui del periodo:</b>			
Esportazioni	4,8	0,4	1,3
Valore aggiunto	2,4	1,1	1,9
Occupazione	0,6	-0,7	3,3
<b>Valori % a fine periodo:</b>			
Esportazioni/Valore aggiunto	46,9	45,9	45,1
Tasso di occupazione	35,3	37,1	39,9
Tasso di disoccupazione	7,4	4,5	5,0
Tasso di attività	38,1	38,9	42,1
<b>Valori pro capite a fine periodo:</b>			
Valore aggiunto per abitante (in migliaia di euro)	14,2	14,6	14,8
Valore aggiunto per occupato (in migliaia di euro)	36,4	38,5	36,8

Fonte: Unioncamere, Scenari di sviluppo delle economie locali 1998-2006

mercato del lavoro è possibile notare dei segnali abbastanza incoraggianti. L'**occupazione**, infatti, dovrebbe crescere ad un tasso medio annuo del +3,3%, valore molto al di sopra di quanto previsto per l'Abruzzo (+1,3%) e per il Mezzogiorno (+1,5%). Per quanto riguarda le **esportazioni**, le previsioni ne indicano una crescita del +1,3%. Il confronto con le stime relative al Mezzogiorno (+3,6%) mette in evidenza, comunque, un consistente differenziale negativo. 





# CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI CHIETI

## SEDE PRINCIPALE (S.P.)

Piazza Gian Battista Vico, 3  
66100 - CHIETI - Fax: 0871.330913  
<http://www.ch.camcom.it> e-mail: [cciaa@webzone.it](mailto:cciaa@webzone.it)

## Orario di apertura al pubblico

- MATTINA: dal lunedì al venerdì - ore 9.00 - 12.30
- POMERIGGIO: martedì e giovedì - ore 16.00 - 17.15

**PRESIDENTE** - (S.P. e S.D.)

0871/354301/5450438

**SEGRETARIO GENERALE** - (S.P. e S.D.)

0871/354302/5450403

**AFFARI GENERALI** - (S.P. e S.D.)

0871/354307/308/309

0871/354310/5450463

### AREA I - AMMINISTRATIVO/CONTABILE

Dirigente (S.P.)

0871/354311

Capo Servizio I

Ufficio Affari Legali URP (S.P.)

0871/354351

Ufficio Gestione Risorse Umane e Relazioni Sindacali (S.P.)

0871/354352

Ufficio Archivio e Protocollo (S.P.)

0871/354340

Capo Servizio II

Contabilità - Patrimonio - Finanza Camerale (S.P.)

0871/354312

Ufficio Gestione Economica del Personale,

Contabilità Fiscale (S.P.)

0871/354313

Ufficio Contabilità Finanziaria Economica ed Integrata (S.P.)

0871/354314/315

Ufficio Provveditorato (S.P.)

0871/354316/334

Ufficio Finanza Camerale (S.P.)

0871/354341

### AREA II - SVILUPPO E SERVIZI ALLE IMPRESE

Dirigente Area II

Vice Segretario Generale Vicario (S.P. e S.D.)

0871/354304/5450448

Capo Servizio III - Registro Imprese (S.D.)

0871/5450423

Ufficio Registro Imprese (S.D.)

0871/5450424/425/417/433

Capo Servizio IV - Servizi vari alle Imprese (S.D.)

0871/5450436

Ufficio Licenze, Albi e Ruoli,

Commercio Interno ed Estero (S.D.)

0871/5450432/437

Presidente Commissione Provinciale Artigianato (S.D.)

0871/5450427

Segretario Commissione Provinciale Artigianato (S.D.)

0871/5450428

Ufficio Albo Artigiani (S.D.)

0871/5450429

### AREA III - MONITORAGGIO E REGOLAZIONE DEL MERCATO

Dirigente (S.P. e S.D.)

0871/354318/5450448

Capo Servizio V- Ricerca Economica e Statistica (S.D.)

0871/5450419

Ufficio Prezzi e Protesti Cambiari (S.D.)

0871/5450420

Ufficio Studi, Statistica, Marketing Territoriale (S.P.)

0871/354349

Ufficio Promozione (S.P.)

0871/354339

Capo Servizio VI - Regolazione del Mercato (S.D.)

0871/5450405

Ufficio Ispezioni Sanzioni e Brevetti (S.D.)

0871/5450443/444

Ufficio Metrologia Legale (S.D.)

0871/5450460/61

Ufficio Camera di Conciliazione, Clausole Vessatorie,

Usi e Consuetudini (S.D.)

0871/5450405

Ufficio Agricoltura (S.D.)

0871/54504221/462

## UFFICIO DISTACCATO

Via Iconicella, 1 c/o Ente Fiera  
66034 - LANCIANO Tel. 0872.717350

## Orario di apertura al pubblico:

mercoledì e venerdì

ore 9.00 - 12.30

## UFFICIO DISTACCATO

Via Aragona, 1 c/o Comando Vigili Urbani  
66054 - VASTO Tel. 0873.368737

## Orario di apertura al pubblico:

mercoledì e venerdì

ore 9.00 - 12.30



Centro Regionale  
Commercio Interno  
delle Camere di  
Commercio d'Abruzzo

## **CENTRO REGIONALE COMMERCIO INTERNO DELLE CAMERE DI COMMERCIO D'ABRUZZO**

P.zza G.B. Vico 3  
66100 - CHIETI  
Tel. 0871.354335 - 330842  
Fax 0871.344821  
e-mail: [cercomint@tin.it](mailto:cercomint@tin.it)

Il Centro Regionale per il Commercio Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo è un organismo costituito nel 1971 fra le Camere di Commercio d'Abruzzo per lo studio dei problemi inerenti la situazione delle aziende commerciali e per l'adozione di iniziative tendenti a favorire la commercializzazione dei prodotti.

Il Centro provvede ad organizzare la partecipazione collettiva di aziende abruzzesi alle più importanti manifestazioni fieristiche nazionali allo scopo di promuovere e valorizzare le produzioni locali, soprattutto nei settori agro-alimentare e artigianato artistico.

Le principali manifestazioni alle quali il Centro annualmente partecipa sono:

- Mostra Internazionale dell'Alimentazione di Rimini
- Vinitaly di Verona
- CIBUS - Salone Internazionale dell'Alimentazione di Parma
- GIFT - Salone Oggettistica da Regalo di Firenze
- Mostra dell'Artigianato "L'Artigiano in Fiera" di Milano

Il Centro oltre ad intrattenere costantemente rapporti con le aziende, fornendo loro utili informazioni di carattere commerciale, provvede ad organizzare convegni riguardanti il terziario al fine di favorire il sistema commerciale regionale.



## **AZIENDA SPECIALE "AGENZIA DI SVILUPPO"**

P.zza G. B. Vico 3  
66100 - CHIETI  
Tel. 0871.331424-354345-354321  
Fax: 0871.331218  
e-mail: [as@webzone.it](mailto:as@webzone.it)

Orario di apertura al pubblico

Mattina: dal lunedì al venerdì ore 9.00 - 12.00

Pomeriggio: lunedì martedì giovedì ore 15.00 - 17.00

L'Agenzia di Sviluppo è l'Azienda speciale della Camera di Commercio di Chieti.

Nell'ambito delle generali finalità istituzionali della Camera tendenti alla promozione dello sviluppo socio-economico della Provincia, l'Agenzia di Sviluppo ha lo scopo specifico di sostenere il sistema delle PMI attraverso un sistema integrato di servizi.

I servizi erogati dall'Agenzia di Sviluppo si suddividono in quattro aree principali: Eurosportello, Servizio Nuove Imprese, Servizi alle PMI, Formazione.



## **EURO INFO CENTRE ABRUZZO - IT383**

Sportello di Chieti

Piazza G.B. Vico, 3  
66100 - CHIETI  
Tel +39 871 331424 - 354345  
Fax +39 871 331218  
e-mail : euro@ch.camcom.it

L'Euro Info Centre Abruzzo - IT383 fa parte della rete degli EIC's coordinata dalla Commissione Europea Direzione Generale Imprese.

Presso l'Unione Regionale risiede la sede legale dell'EIC e nelle quattro Camere di Commercio di Chieti, L'Aquila, Teramo e Pescara sono localizzati quattro sportelli operativi che forniscono direttamente i servizi al mondo imprenditoriale.

La sua finalità è quella di accrescere il livello di competitività dell'utenza per far fronte alle sfide derivanti dalla globalizzazione dei mercati, favorendo l'integrazione nel Mercato Unico nonché l'accesso e l'utilizzo delle agevolazioni finanziarie predisposte dall'Unione Europea e finalizzate al sostegno di iniziative settoriali.

Il servizio, a valenza regionale, è rivolto ad una fascia di utenza sia pubblica che privata appartenente a tutti i settori economici.

L'Eurosportello eroga informazioni relative a:

- normativa comunitaria e relativi recepimenti nell'ordinamento legislativo nazionale;
- agevolazioni finanziarie cofinanziate dai Fondi Strutturali;
- programmi comunitari in tema di innovazione e ricerca tecnologica, formazione, ambiente, cultura;
- strumenti di cooperazione transnazionale.

Accanto a questa attività l'Eurosportello annovera tra i servizi offerti alla utenza:

- la messa a disposizione, per consultazione, della legislazione comunitaria dal 1957 ad oggi; l'elaborazione di dossier relativi a tematiche di particolare interesse quali marcatura CE, ecolabel, ecoaudit, valorizzazione prodotti alimentari;
- la fornitura di tutta la documentazione ufficiale necessaria per la presentazione di domande volte all'utilizzo degli strumenti agevolativi comunitari o di derivazione comunitaria sia nazionali che regionali;
- la diffusione di un notiziario a cadenza mensile (Euro News) ed uno a cadenza periodica (Eurocooperazione);
- la messa a disposizione di materiale informativo sulle modalità ed i tempi di introduzione dell'Euro;
- la promozione dei Programmi d'intervento imprenditoriale, gestiti dalla Direzione Generale Imprese, attraverso i quali vengono create occasioni d'incontro tra operatori economici di differenti regioni europee;
- la ricerca di partner transnazionali anche attraverso l'accesso alla rete BC-NET (Business Cooperation NETWORK), rete comunitaria informatizzata di consulenti d'impresa con punti su tutto il territorio dell'Unione europea ed in altri Paesi extraeuropei finalizzata alla creazione di accordi di cooperazione.

## SERVIZIO NUOVE IMPRESE

Lanciato nel 1988 da Assefor (società di formazione e di servizi alle imprese del sistema Unioncamere), il Servizio Nuove Imprese (SNI), è un pacchetto integrato di servizi che la Camera di Commercio di Chieti, attraverso l'Agenda di Sviluppo, mette a disposizione degli aspiranti imprenditori e dei neo-imprenditori. Con SNI gli imprenditori possono attivare i servizi di informazione e orientamento.

## INFORMAZIONE

Possono essere richieste:

- informazioni sulle procedure burocratiche, amministrative e legislative per l'avvio di una nuova iniziativa imprenditoriale. Un apposito software potrà indicare tutti gli adempimenti da soddisfare per l'apertura di oltre 4000 attività diverse, con stampa immediata degli atti autorizzativi richiesti, degli enti abilitati al rilascio, dei riferimenti di legge e delle successive integrazioni;
- dati sul mercato di riferimento. Si forniranno primi dati quantitativi sulle imprese fornitrici o concorrenti presenti sul mercato in cui il neo-imprenditore andrà ad operare utilizzando banche dati ufficiali che registrano tutte le imprese che operano sul territorio nazionale;
- informazioni sulle leggi di agevolazione all'imprenditoria.

## ORIENTAMENTO

Con il Servizio Nuove Imprese l'aspirante imprenditore avrà anche l'opportunità di:

- verificare la propria propensione imprenditoriale attraverso un test sulle attitudini imprenditoriali appositamente studiato da un pool di esperti ed informatizzato su PC;
- valutare il grado di rischio dell'idea imprenditoriale attraverso uno specifico test informatizzato denominato Ulisse;
- verificare i vantaggi/svantaggi amministrativo-fiscali delle varie forme giuridiche d'impresa;
- acquisire le informazioni di base utili per la redazione del Business Plan, o Piano d'Impresa o di Fattibilità, strumento indispensabile per una valutazione integrata della idea imprenditoriale, nonché per accedere a molte agevolazioni finanziarie;
- consultare materiale didattico sulle varie tematiche afferenti la costituzione d'impresa;
- verificare le opportunità di partecipazione a quegli interventi informativi e formativi che meglio soddisfino i fabbisogni personali in tema di pianificazione e valutazione dell'idea imprenditoriale.

## SERVIZI ALLE PMI

Nel triennio 1994-96 la Camera di Commercio, attraverso la propria Azienda Speciale "Agenda di Sviluppo", ha partecipato, con la Sovvenzione Globale Unioncamere denominata Progetto Le-Te, ad una azione sperimentale volta alla riprogettazione del ruolo delle Aziende Speciali stesse e dell'intero sistema dei rapporti Camere di Commercio- tessuto imprenditoriale locale. L'obiettivo dell'intervento realizzato è stato quello della promozione dell'innovazione

organizzativa, dello sviluppo del mercato dei servizi e dell'acculturamento delle imprese locali attraverso la creazione di un sistema di medici di famiglia, decentrato sul territorio, per quelle imprese impegnate nell'adeguamento delle proprie strutture organizzativo-gestionali alle mutevoli esigenze dei mercati di riferimento.

Con l'azione denominata Servizi alle PMI la Camera di Commercio prosegue lungo il percorso tracciato dal Progetto Le-Te, nell'ottica del raggiungimento di alcuni obiettivi ritenuti prioritari e costituenti il punto focale della azione camerale concertata a livello Unioncamere: "favorire ed assistere processi di innovazione tecnologica, di crescita manageriale, di sviluppo della competitività delle PMI locali, dotando la Camera di qualificanti ed efficienti strutture, strumenti ed organizzazione per rispondere alle crescenti richieste di servizi informativi e promozionali delle imprese ed esaltandone la funzione di raccordo e di tramite tra poteri pubblici centrali e periferici e mondo delle imprese". In questo contesto la Camera ha inteso sviluppare un contatto attivo e permanente con le imprese, potenziando le sue capacità di ascolto e di interpretazione dei fabbisogni manifesti e latenti che il tessuto imprenditoriale locale esprime e migliorando le sue capacità di risposta attraverso la predisposizione di strutture flessibili e di pacchetti di servizi efficienti ed innovativi.

La metodologia di intervento ritenuta più efficace è quella che prevede l'articolazione nelle seguenti fasi:

1. Diagnostica aziendale (check-up) attraverso visite del team operativo della Azienda Speciale presso le sedi operative delle imprese e l'utilizzo di strumenti tecnici di lavoro appositamente elaborati per le esigenze della azione Servizi alle PMI;
2. Individuazione dei punti di forza e di debolezza aziendali e definizione dei fabbisogni delle imprese in riferimento al posizionamento strategico aziendale nei mercati competitivi;
3. Predisposizione di specifici pacchetti integrati di soluzioni;
4. Monitoraggio delle azioni avviate a seguito delle fasi precedenti.

OE