



# Osservatorio Economico



Camera di Commercio  
Chieti

Anno XIII  
Numero 1 - 2007  
Diffusione gratuita

I programmi 2007  
delle strutture  
camerali

L'Abruzzo tra Vinitaly,  
Sol e artigianato

Marchio di qualità  
"Ospitalità Italiana"

Vasto tra arte e fede

La demografia  
delle imprese





# Camera di Commercio Chieti

## CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI CHIETI

### **PRESIDENTE**

Dino DI VINCENZO

### **VICEPRESIDENTE VICARIO**

Domenico PASETTI

### **VICEPRESIDENTE**

Nicola MOLINO

### **GIUNTA**

Franco CAMBI

Dino DI VINCENZO

Patrizio LAPENNA

Nicola MOLINO

Domenico PASETTI

Nino SILVERIO

Armando TOMEO

### **CONSIGLIO**

Vito BIANCO

Ferdinando BUCCELLA

Franco CAMBI

Franco CAROLI

Nicola COSTANTINI

Vincenzo D'ALESSANDRO

Dino DI VINCENZO

Silvio DI LORENZO

Germano Domenico DI LAUDO

Gianni D'ONOFRIO

Giancarlo GARDELLIN

Enzo GIAMMARINO

Nicola LA MORGIA

Patrizio LA PENNA

Adriano LUNELLI

Samuele LUPIDII

Calogero MARROLLO

Oreste MENNA

Vincenzo MEZZANOTTE

Nicola MOLINO

Mariano NOZZI

Domenico PASETTI

Angelo RADICA

Franco RICCI

Nino SILVERIO

Ottaviano SEMERANO

Armando TOMEO

### **REVISORI DEI CONTI**

Giovanni CIOFFI

Antonella LUCIDI

Mariano SANTOMAGGIO

### **SEGRETARIO GENERALE**

Ettore LALLI

### **TESORIERE**

Banca Popolare di

Lanciano e Sulmona S.p.A.



Osservatorio economico della provincia di Chieti

**Anno XIII, Numero 1 - 2007**

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

Periodico edito dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura 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**

Gianluca De Santis, Massimo Di Cintio, Sandra Di Matteo, Brunella Fratini, Serena Giannico, Giovanni Marcantonio.

### **Foto**

Archivio e biblioteca Camera di Commercio di Chieti, Michele Camiscia, Rino D'Ulisse, Brunella Fratini, Giovanni Lattanzi, Gianluigi Lopes, Valerio Simeone, archivio Litografia Di Prinzio.

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

Litografia 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.



Il litorale di Vasto

## La Camera informa

Relazione previsionale e programmatica 2007 3

Il programma dell'Azienda Speciale  
"Agenzia di Sviluppo" 23

Il programma fieristico del Centro Interno  
delle Camere di commercio d'Abruzzo 26

Un corso di formazione per operatori di cantina 28

## Andar per fiere

Vinitaly e SOL da ricordare 30

Gli artigiani abruzzesi a Roma, Milano e Bologna 36

## Eventi

Marchio di qualità "Ospitalità Italiana" 2007 43

Marchio e Naming 56

## Viaggio nell'impresa

Honda Italia Industriale SpA 65

## Terra nostra

Vasto tra arte e fede 69

## In Europa

La nuova struttura degli aiuti di Stato 75

## Insero economico

La demografia delle imprese nel 2006 84

*G*entili lettori, con questo numero - che inaugura il tredicesimo anno di pubblicazione dell'Osservatorio Economico - vi offriamo un dettagliato resoconto di tutte le iniziative e gli eventi che hanno caratterizzato gli ultimi mesi del 2006 e questo primo scorcio dell'anno.

*In particolare, abbiamo riservato ampio spazio all'esposizione delle linee programmatiche d'intervento per l'anno 2007 dell'Ente camerale, dell'Agenzia di Sviluppo-Azienda speciale della Camera e del Centro Commercio Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo.*

*Vi raccontiamo, come di consueto, delle principali manifestazioni fieristiche che hanno visto protagoniste le produzioni abruzzesi attraverso il coordinamento del Centro Interno, ma anche degli eventi promossi od ospitati dalla Camera di Commercio come la premiazione degli alberghi ed agriturismi che hanno ottenuto il prestigioso marchio di qualità Ospitalità Italiana 2007 e l'interessante seminario su marchi e brevetti.*

*Tra gli importanti contributi che arricchiscono questo numero, troverete le importanti novità varate dalla Commissione europea in tema di aiuti di Stato e un approfondimento sulla struttura imprenditoriale della nostra provincia con l'andamento dei principali indicatori nel corso del 2006.*

*La rubrica "Viaggio nell'impresa" è dedicata allo stabilimento Honda Spa di Atessa che ha festeggiato 35 anni di attività, mentre un piacevole itinerario artistico-culturale vi condurrà tra le più belle chiese di Vasto.*

*Buona lettura,*

*Ettore Lalli*



# Relazione previsionale e programmatica 2007

*Il Consiglio Camerale con deliberazione n. 24 del 22.11.2006 ha approvato la Relazione previsionale e programmatica della Camera di Commercio di Chieti per l'annualità 2007.*

*Con la Relazione, di seguito riportata integralmente, si illustrano i programmi che si intendono attuare, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale ed al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando, altresì, le finalità che si intendono perseguire e le risorse a loro destinate.*

## **1. PREMessa DI INDIRIZZO DEL PRESIDENTE**

È giunto il momento di imprimere una reale svolta all'azione di questo Ente, che già negli ultimi anni ha avuto una positiva evoluzione che, nell'ottica della riforma avviata con la Legge 580/1993, lo ha portato ad essere sempre meno un ente amministrativo-burocratico e sempre più un ente al servizio delle imprese.

Alla Camera di Commercio di Chieti compete, infatti, quel ruolo di attore dello sviluppo economico del territorio di competenza, partner fondamentale per gli altri enti pubblici locali e riferimento sicuro, moderno ed efficiente, per la comunità delle imprese.

E sono le imprese ed i consumatori a cui dobbiamo guardare nel momento in cui partecipiamo ai tavoli di lavoro con gli altri enti locali e con le associazioni di categoria e nel momento in cui proponiamo progetti di sviluppo, perché abbiano benefici reali e risultati concreti.

La Camera di Commercio dovrà quindi incidere sempre più nello sviluppo di questo territorio, così ricco di spirito imprenditoriale e di ricchezze paesaggistiche e storiche, che rappresentano nel loro insieme il principale punto di forza che ci rende competitivi in Italia ed all'estero.

E il programma deve riflettere una piena condivisione delle associazioni di categoria, che sono rappresentate all'interno degli organi camerali e portare a realizzare una effettiva sinergia tra le stesse e l'ente camerale, in quanto insieme hanno il comune obiettivo di favorire la crescita del sistema.

Per raggiungere gli obiettivi ambiziosi che ci si pone diventa, tuttavia, necessario utilizzare al meglio le risorse a disposizione, sia razionalizzando alcune voci di spesa relative al funzionamento dell'ente (già contenute a seguito delle ultime leggi), sia cercando di incrementare le risorse finanziarie disponibili per lo sviluppo del territorio: le risorse finanziarie dovranno essere utilizzate senza creare rigidità all'interno del bilancio che impediscano una pronta risposta ai bisogni del mondo imprenditoriale.

Un programma efficace non può prescindere dalle risorse



umane: alla struttura, a partire dalla sua classe dirigente, è richiesta una razionalizzazione che permetta una maggiore flessibilità in relazione alle esigenze che via via matureranno con il programma di attività.

Gli obiettivi principali che si propongono sono molteplici e tutti importanti per contribuire concretamente allo sviluppo del sistema economico locale.

In una fase di così complesse difficoltà, anche strutturali, per le imprese è necessario avere la capacità di presidiare contemporaneamente alcuni fattori:

- **la flessibilità istituzionale**, che attiene alla disponibilità ad attuare processi decisionali veloci e coordinati, nell'ottica di sussidiarietà, intesa come costante ricerca dell'integrazione con le realtà associative e gli enti che operano istituzionalmente sul territorio;
- **la partecipazione alle iniziative di promozione dello sviluppo locale** senza frammentazioni e dispersioni, affermando la logica della sinergia istituzionale, dell'integrazione, della razionalizzazione nell'utilizzazione delle risorse, del "fare sistema";
- **il sostegno economico alle imprese** e la capacità di sostenerle nel difficile momento dell'accesso al credito;
- **il monitoraggio dei fabbisogni di innovazione tecnologica**, al fine di permettere alle imprese di mantenere ed accrescere la competitività sui mercati nazionali ed internazionali attraverso percorsi di assistenza e consulenza personalizzati;
- l'attenzione alla **qualità della formazione** ed allo sviluppo delle risorse umane, promuovendo la Camera come istituzione di riferimento per l'interazione continua tra il mondo della formazione ed il mondo delle imprese;
- la **tutela e la promozione della qualità** delle produzioni artigianali e la **tutela della competitività e della riconoscibilità dei prodotti tipici agro-alimentari**;
- **il grado di internazionalizzazione**, che consente alle imprese di conoscere nuovi mercati, anche di prossimità, con cui intraprendere rapporti e scambi commerciali, indispensabili nell'era della globalizzazione e l'**avviamento alle prime fasi dell'attività di import-export** per le piccole imprese, non ancora strutturate per affrontare le tematiche dell'internazionalizzazione, nonché la **promozione dei consorzi export**;
- lo sviluppo delle attività di **monitoraggio economico**;
- l'**implementazione dei sistemi di qualità nell'offerta turistica provinciale** in un disegno integrato con gli altri settori dell'economia provinciale e nello scenario di **riqualificazione dei centri storici**;
- l'**incentivazione delle azioni istituzionali di regolazione del mercato**, al fine di promuovere nuove relazioni con gli attori del mercato e la società civile in generale;
- lo **snellimento delle funzioni amministrative** ed economiche relative al sistema delle imprese e dei servizi;
- **la promozione dell'immagine dell'Ente**;
- **il miglioramento della dotazione infrastrutturale**.





È secondo questi principi cardine che si intende declinare i programmi operativi della Camera di Commercio di Chieti, ribadendo che si tratta di un programma “aperto”, fondato su obiettivi essenziali e perseguibili, nella consapevolezza del proprio ruolo di “motore” dello sviluppo imprenditoriale. Va sottolineato che dalla recente approvazione del testo di riforma della Costituzione deriva il pieno riconoscimento istituzionale alle **autonomie funzionali** e quindi alle Camere di Commercio nel nuovo art. 118, che prevede, in particolare, che Stato, Regioni, Province e Comuni, riconoscano e favoriscano gli enti di autonomia funzionale per lo svolgimento di attività di interesse generale sulla base del principio di sussidiarietà.

Si tratta di un passaggio fondamentale nella storia delle Camere di Commercio, che, ricevendo una esplicita legittimazione costituzionale, vengono rafforzate nella propria dimensione istituzionale, nel rapporto con gli attori del territorio e vengono salvaguardate nella loro autonomia.

È pertanto il momento giusto perché la Camera di Commercio di Chieti, con uno sforzo congiunto degli organi di governo e della struttura, in stretta collaborazione con le associazioni di categoria, si affermi come ente al servizio della collettività, attraverso un programma modulato secondo logiche flessibili ed innovative, in funzione dell'evoluzione delle richieste e dei bisogni espressi dal territorio.

## 2. IL QUADRO DELLE RISORSE DISPONIBILI

L'importo complessivo delle risorse disponibili e utilizzabili per l'esercizio 2007 ammonta, in via presuntiva, a complessivi € **9.233.000,00**, come risulta dal seguente quadro riepilogativo:

Diritto annuale	€	5.250.000,00
Diritti di segreteria	€	1.400.000,00
Altri proventi	€	<u>300.000,00</u>
<b>TOTALE</b>	<b>€</b>	<b>6.950.000,00</b>

Le risorse di cui sopra copriranno ampiamente gli oneri correnti (personale e funzionamento) con un avanzo disponibile, per gli interventi economici e per gli investimenti, presumibilmente pari a € 800.000,00.

A tale importo si aggiunge quello relativo all'avanzo patrimonializzato presunto alla data del 31/12/2006, che, al netto delle immobilizzazioni, partecipazioni, prestiti al personale e somme vincolate presso la Banca d'Italia, ammonta a circa € 2.283.000,00.

In particolare, relativamente alle somme vincolate presso l'Istituto di emissione, si fa presente che l'uscita delle Camere di commercio dalla Tesoreria unica a far data dall'1/1/2006 ha comportato il parziale blocco delle giacenze depositate presso la Banca D'Italia, la cui restituzione avverrà nell'arco del quinquennio 2006/2010.

Al 31/12/2006 risulteranno indisponibili presso la Banca D'Italia complessivamente € 5.436.909,24. Tale importo sarà re-



stituito alla piena disponibilità dell'Ente in numero quattro tranches annuali, ciascuna di € 1.359.227,32, erogate nel mese di giugno degli anni dal 2007 al 2010.

Per l'esercizio 2007 si configurano, pertanto, due situazioni, la prima, relativa al primo semestre dell'anno, caratterizzata da una certa sofferenza di disponibilità e con un rinvio dei pagamenti non obbligatori, la seconda, relativa al secondo semestre, caratterizzata dalla riscossione della seconda rata delle somme giacenti presso la Banca D'Italia e dall'incasso del diritto annuale, che potrebbe portare ad un saldo positivo di cassa.

### **3. LE PRIORITÀ DELL'AZIONE CAMERALE NEL 2007**

#### **3.1. Il sostegno economico alle imprese**

*OBIETTIVO 2007 – Rafforzare le forme tradizionali di agevolazione realizzate per il tramite di consorzi e cooperative di garanzia ed ampliare la gamma dei servizi offerti.*

Per la piccola e media impresa il tema dell'accesso al credito riveste un ruolo cruciale, non solo per il mantenimento dello standard operativo finanziario, ma soprattutto per le specifiche esigenze di adeguamento alla globalizzazione dell'economia che si traducono nella necessità di nuovi investimenti.

Proseguendo nella linea già consolidata nel corso degli ultimi anni, la Camera di Commercio di Chieti intende, nel corso del 2007, rafforzare le forme tradizionali di agevolazione realizzate per il tramite di consorzi e cooperative di garanzia (incremento dei fondi rischi e contributo diretto alle aziende per l'abbattimento dei tassi).

Nel campo commerciale proseguirà l'intervento finanziario per valorizzare i centri di interesse storico-culturale delle città, incentivando e sviluppando i Consorzi di Via e si continuerà a privilegiare le azioni promosse dagli operatori del commercio ambulante, le cui iniziative hanno sempre riscosso successo di visitatori con conseguenti riflessi sull'economia del settore.

Proseguirà, attraverso il Centro Commercio Interno d'Abruzzo, l'intensa azione diretta a promuovere la partecipazione delle nostre aziende, sia artigiane che agricole, alle maggiori fiere e mostre internazionali in Italia, quali la mostra internazionale dell'Artigianato di Firenze, la mostra mercato dell'artigianato di Milano, il Vinitaly di Verona, il Cibus di Parma, etc.

La Camera, unitamente alla Provincia, in forza della Convenzione sottoscritta nel corso del 2006, dovrà farsi promotrice di iniziative che coinvolgano anche tutti gli altri Enti territoriali e le parti sociali, al fine di creare le sinergie necessarie a stimolare la ripresa produttiva.

#### **Interventi operativi**

*Messa a regime delle modalità di concessione dei contributi finalizzati all'incremento del fondo rischi dei consorzi e delle cooperative di garanzia fidi dei settori industria, commercio, artigianato e agricoltura.*

Monitoraggio ed attività di auditing dei contributi accordati ai consorzi ed alle cooperative di garanzia fidi per l'abbattimento dei tassi di interesse per crediti concessi alle imprese dei settori commercio, industria e artigianato.

Attribuzione di vantaggi economici conformemente a quanto disposto dall'art. 2 – lett. d) del Regolamento approvato dal Consiglio camerale con deliberazione n. 3 del 29.06.2006.

L'art. 2 – lett. d) del “Regolamento per la concessione di contributi, sovvenzioni, sussidi ed ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici in conformità all'art. 12 della Legge n. 241/90” prevede che una quota del bilancio possa essere destinata “alla promozione di determinati settori economici, individuati dalla Giunta camerale, tramite l'emanazione di appositi avvisi pubblici di selezione di interventi ed iniziative di soggetti terzi”. Coerentemente con tale previsione verranno emanati bandi pubblici di selezione il cui contenuto verrà determinato con provvedimento della Giunta camerale.

### **3.2. L'innovazione ed il trasferimento tecnologico alle PMI** *OBIETTIVO 2007 – Costruire una politica per l'innovazione a favore delle imprese.*

Ricerca e innovazione si confermano chiave di volta per lo sviluppo, in particolare nelle economie avanzate. Sono infatti fattori indispensabili al potenziamento delle capacità economiche e competitive delle imprese nel mercato globale.

Non mancano le iniziative di carattere pubblico e privato a sostegno dell'innovazione, ma forse finora è mancato un punto di riferimento e coordinamento di queste energie.

La vera sfida è quella di innescare efficaci processi di collaborazione e implementare *network* virtuosi di conoscenze, specializzazioni e competenze, per mantenere elevato il grado di innovazione nel sistema e renderlo diffuso e accessibile, facilmente fruibile anche da parte di quelle piccole e medie imprese che costituiscono l'ossatura del nostro sistema imprenditoriale.

È necessario puntare ad una innovazione che raggiunga le imprese già inclini ad innovare, che spesso operano in settori più avanzati, e che sia, al tempo stesso, in grado di coinvolgere anche le piccole e piccolissime imprese più tradizionali che sovente percepiscono meno la necessità di spinte innovative.

In questo scenario, la Camera di Commercio di Chieti considera un suo importante obiettivo quello di contribuire in modo attivo a costruire una politica per l'innovazione a favore delle imprese che sia sistematica, organica e concreta. In tal modo l'Ente camerale potrà affermarsi come l'istituzione di riferimento nel processo di *governance* necessario a dare una visione unitaria e pragmatica alle politiche per l'innovazione. Nel corso del 2007 verrà quindi potenziato l'impegno nell'attività di sensibilizzazione alle tematiche dell'innovazione per il tramite di una serie di servizi da promuovere in maniera sempre più capillare sul territorio e mirando alle esigenze specifiche delle diverse tipologie di impresa.

### **Interventi operativi**

*Azioni di informazione, divulgazione e formazione sui temi di maggior interesse per le imprese.*

con iniziative dedicate alla diffusione dell'innovazione manageriale e organizzativa, ai temi della qualità e della promozione degli strumenti della proprietà intellettuale, alla promozione di conoscenze, *know-how* e buone prassi sulle nuove tecnologie di base e sui casi di successo della ricerca applicata. Azione propedeutica in tal senso può essere quella di un monitoraggio dei fabbisogni tecnologici delle filiere portanti ed emergenti del sistema economico locale.

*Trasformazione del proprio Centro PIP (Patent Information Point), punto di informazione brevettuale accreditato dalla European Patent Organization e realizzato sulla base del Programma di Cooperazione tra Ufficio Europeo Brevetti e Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, in Centro PATLIB (Patent Library).*

Il servizio offerto dal Centro PATLIB ha un alto valore aggiunto per gli utenti che vi si rivolgono, in quanto, accedendo alle descrizioni e alle immagini delle invenzioni depositate, essi si possono giovare delle informazioni acquisite non solo per venire a conoscenza della singola scoperta, ma anche e soprattutto per monitorare, a livello internazionale, lo stato dell'arte dei singoli settori tecnologici, risparmiando nel settore della ricerca tecnologica ed identificando le tendenze di evoluzione tecnologica dei mercati al fine di orientare le proprie politiche di ricerca verso "nicchie" di sviluppo meno "battute" e, quindi, con maggiori potenzialità di sviluppo.



### *Bando per il finanziamento di nuove tecnologie*

Verrà predisposto un Bando per la corresponsione di contributi in c/capitale ad imprese che vogliano realizzare programmi di attività, tali da innalzare il loro potenziale di crescita, attraverso il sostegno alle politiche di innovazione del processo produttivo e del prodotto.

Le agevolazioni possono riguardare la ricerca applicata a scopo pre-competitivo, il trasferimento di conoscenze ed innovazioni scientifiche, l'acquisto di brevetti e pacchetti tecnologici per risolvere problemi riguardanti i processi produttivi o l'applicazione a detti processi di risultati già noti, l'innovazione organizzativa, l'innovazione commerciale.

### *Progettazione della costituzione di un "Fondo Rotativo per l'Innovazione"*

La Camera di Commercio intende progettare la creazione, di concerto con la Provincia e le principali amministrazioni locali, un Fondo Rotativo per il sostegno agli investimenti in innovazione tecnologica delle imprese della provincia di Chieti. Il Fondo è destinato alle piccole e medie imprese manifatturiere e dei servizi alla produzione ed è finalizzato a favorire lo sviluppo dell'innovazione tecnologica (di prodotto o di processo), organizzativa e commerciale.

### *Accesso ai finanziamenti*

Azioni di sensibilizzazione del mondo delle banche regiona-

li e coinvolgimento degli attori locali per definire nuovi strumenti di accesso al credito per l'innovazione o favorirne l'accesso a quelli già esistenti.

Azioni di supporto per favorire l'accesso e l'utilizzo dei finanziamenti nazionali e comunitari in materie di innovazione e Ricerca & Sviluppo.

### 3.3. La formazione delle risorse umane

*OBIETTIVO 2007 - Supportare le imprese e le associazioni di categoria verso la qualificazione delle risorse umane ed il consolidamento della cultura d'impresa.*

#### Interventi operativi

##### Organizzazione di corsi di formazione per dipendenti, imprenditori e manager delle aziende

L'attenzione che viene rivolta alla qualità della formazione e allo sviluppo delle risorse umane è sicuramente una delle più efficaci strategie per rafforzare la competitività di un sistema economico e valorizzare la sua posizione a livello internazionale e proprio per questo le iniziative camerali in campo formativo dovranno necessariamente puntare sulle funzioni unanimemente riconosciute come basilari per la crescita della nostra economia, ovvero lo sviluppo dell'imprenditorialità, l'internazionalizzazione e l'innovazione, che richiedono interventi di formazione articolati e servizi di accompagnamento su misura.

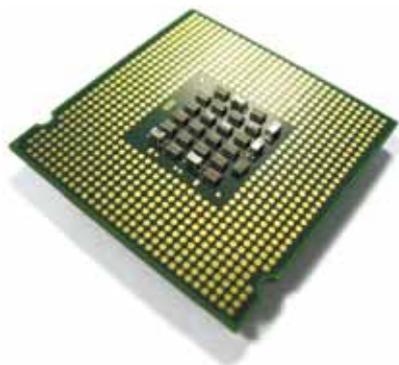
Particolare attenzione verrà comunque dedicata anche a quegli interventi formativi che si rendono necessari come conseguenza dell'introduzione di nuove norme in materia di creazione di impresa, come, ad esempio, la disciplina dell'apertura di nuovi cantieri così come dettata dal Decreto Bersani e dal Testo Unico sugli Appalti ed a quelli volti ad incrementare la professionalità degli operatori dei settori economici tradizionali, come quello vitivinicolo ed olivicolo, ovvero quelli finalizzati alla creazione di nuove professionalità specializzate nel governo delle variabili tecnologiche e dei sistemi informativi.

##### Organizzazione di corsi di formazione nel settore dell'artigiano artistico e tradizionale

favorendo la continuità dei saperi con l'incontro tra le nuove generazioni e le generazioni mature, promuovendo iniziative sul territorio anche con incentivi finanziari.

##### Alternanza scuola lavoro

Prioritaria è anche l'attenzione che viene rivolta alla difficoltà di comunicazione tra il mondo imprenditoriale e quello scolastico: il mondo del lavoro appare spesso di difficile accesso per le nuove generazioni e le imprese, dal loro lato, non sempre riescono a trovare le professionalità di cui hanno bisogno. In questo contesto si inserisce la "Legge Moratti" che ha attribuito precise competenze alle Camere di Commercio in materia di orientamento professionale e di raccordo con l'impresa, per favorire tirocini professionali. In tale ambito, la Camera di



Commercio di Chieti si è attivata per la creazione di uno sportello in rete regionale, la cui attività, nel corso del 2007, sarà finalizzata all'attivazione di servizi camerale finalizzati alla diffusione di tirocini formativi presso le imprese, oltre all'attivazione di iniziative rivolte agli studenti per far conoscere e veicolare le migliori esperienze imprenditoriali locali.



Attività di diffusione e sensibilizzazione sul tema della responsabilità sociale dell'impresa

La responsabilità sociale di impresa (CSR) può definirsi come “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni di carattere sociale e ambientale nelle attività produttive e commerciali delle imprese ed il loro relazionarsi con le diverse classi di portatori di interesse”.

Va quindi oltre il solo rispetto dei requisiti legali, in quanto l'impresa “socialmente responsabile” tiene conto del contributo dato dalla propria attività alla qualità dell'ambiente e del sociale, preoccupandosi dei rapporti con i propri collaboratori e dipendenti, clienti, fornitori, partner e con la comunità e le istituzioni.

La responsabilità sociale di impresa è da molti considerata una delle principali leve di marketing aziendale e territoriale per le economie europee.

È per questo che la Camera di Commercio di Chieti, unitamente al Sistema camerale italiano ed europeo, ha promosso un progetto di responsabilità sociale di impresa per una nuova economia, costituendo uno “Sportello” che rappresenta l'unico punto di riferimento a livello regionale.

Pertanto, nel corso del 2007, oltre a proseguire le attività del neo costituito “Sportello per la Responsabilità Sociale”, quali:

- servizi informativi (divulgazione, assistenza diretta e consulenza sui temi della CSR),
- servizi operativi (assistenza per l'autovalutazione e la compilazione del social statement),
- servizi di formazione,

verranno approfonditi altri spazi di sviluppo, soprattutto nella ricerca pragmatica di nuovi stimoli per la diffusione CSR presso le imprese.

Esistono, infatti, ancora spazi da colmare relativamente alla sensibilizzazione degli *stakeholder* (portatori di interessi), per riuscire a creare un contesto favorevole alla diffusione della CSR.

Nel corso del 2007 si prevede di realizzare le seguenti azioni:

- assistenza alla compilazione del Social Statement e orientamento agli strumenti di CSR;
- raccolta buone prassi aziendali per pubblicazione su sito camerale e con pubblicazione cartacea;
- accordi per la promozione del progetto CSR con le Agenzie dei Patti Territoriali;
- Ricerca su “Credito e sviluppo sostenibile in provincia di Chieti e in Abruzzo”;
- Corso base sulla Responsabilità Sociale Etica SA8000;
- Corso per sistemisti “SA8000: auditor”.

### 3.4. La promozione della qualità

#### *OBIETTIVI 2007*

- *la promozione dei Sistemi Qualità aziendali;*
- *la tutela della competitività e della riconoscibilità dei prodotti agro-alimentari;*
- *la valorizzazione delle attività artigiane soprattutto dell'artigiano artistico e tradizionale in un disegno integrato con gli altri settori dell'economia provinciale.*

#### Sistemi Qualità aziendali

Azione specifica in favore della promozione della adozione di Sistemi Integrati per la Qualità, la Sicurezza e l'Ambiente ed azioni congiunte per la diffusione e la valorizzazione dei disciplinari comunitari Ecolabel ed EMAS.

#### Tutela della competitività e della riconoscibilità dei prodotti agro-alimentari

La promozione e la valorizzazione dei prodotti eno-gastronomici rientra da alcuni anni nelle linee di intervento primarie dell'attività dell'ente camerale. La promozione di un prodotto agro-alimentare si inserisce oggi nell'ambito dei sistemi produttivi primari, quale elemento di fondamentale importanza a sostegno di un modo di produrre che assume ormai connotazioni di eccellenza per prodotti definiti di "nicchia". Diventa quindi indispensabile pervenire ad una maggiore identificabilità del prodotto e ad una trasparenza di fondo riguardo alla tracciabilità della filiera.

È evidente, quindi, l'importanza, nella produzione agro-alimentare, del legame tra prodotto e territorio; da qui l'esigenza di valorizzare i prodotti attraverso la visibilità del loro territorio di appartenenza.

La Camera di Commercio di Chieti ha negli ultimi anni sostenuto e finanziato i processi di acquisizione delle certificazioni DOP e IGP per alcuni prodotti tipici locali. Si tratta, ora, di portare a termine gli iter amministrativo-burocratici intrapresi per ottenere i predetti riconoscimenti.

#### **Interventi operativi**

##### Monitoraggio dei processi di acquisizione delle certificazioni DOP e IGP

Verranno supportate tutte le attività necessarie alla registrazione della Denominazione di Origine Protetta (DOP) per i prodotti tradizionali Miele d'Abruzzo, Carciofo di Cupello, Ventricina del Vastese, Vino Cotto e per la registrazione della Indicazione Geografica Protetta (IGP) per i prodotti tradizionali Pane di Cappelli e Ciliegie di Giuliano Teatino.

##### Messa a regime del nuovo Piano di Controllo dell'olio extra-vergine di oliva DOP "Colline Teatine"

##### La valorizzazione delle attività artigiane

Le imprese artigiane rivestono un ruolo importantissimo nel contesto socio-economico della nostra provincia per l'apporto che esse offrono sia all'economia nel suo complesso e alla creazione del benessere, sia alla diffusione nella comunità lo-





cale di una cultura del lavoro ricca di saperi, di conoscenze e di valori. Un patrimonio cospicuo di conoscenze, valori e tradizioni legate al mondo dell'artigianato che non sono valorizzate in modo adeguato, sia per la mancanza di politiche mirate alla salvaguardia e allo sviluppo di questo comparto, sia per la scarsa dotazione di risorse finanziarie. Eppure può rappresentare uno dei principali veicoli di sviluppo dell'immagine della provincia. L'artigianato artistico può rappresentare anche uno sbocco occupazionale importante per i giovani delle aree interne e quindi un utile elemento di riequilibrio fra i nostri territori.

L'innovazione è un tema che sta molto a cuore all'impresa artigiana, ma è quasi impossibile per l'artigiano produrre ricerca ed innovazione in proprio, eppure l'innovazione di processo e di prodotto, la ricerca di nuovi materiali e metodologie, nuovo design, sono fattori determinanti per la sua competitività ed il suo successo sul mercato.

### **3.5. L'internazionalizzazione ed i servizi alle PMI**

#### *OBIETTIVI 2007*

- *accrescere il grado di internazionalizzazione delle PMI locali*
- *migliorare il livello di competitività dei sistemi gestionali delle PMI*
- *promuovere la nascita di nuove imprese*

L'intervento sarà mirato alla messa a disposizione di servizi di informazione, assistenza e consulenza all'internazionalizzazione, all'accesso al Mercato Unico europeo, ai processi di internazionalizzazione aziendali e di filiera, allo sviluppo di sistemi gestionali competitivi, alla progettazione ed allo sviluppo di nuove idee imprenditoriali.

#### *Tematiche di intervento*

- Monitoraggio fabbisogni di internazionalizzazione
- Servizi reali all'internazionalizzazione
- Euro Info Centre
- Promozione delle filiere produttive/distretti di punta ed emergenti anche in ottica di internazionalizzazione
- Accesso agli strumenti agevolativi regionali, nazionali e comunitari
- Progetto servizi alle PMI annualità 2007
- Servizio Nuove Imprese

### **3.6. Il monitoraggio economico**

#### *OBIETTIVO 2007 - produrre e diffondere conoscenza a sempre più rilevante contenuto strategico.*

La Camera di Commercio di Chieti intende investire importanti risorse nell'attività di studio e di analisi economico-statistica, ritenendola strategica per fornire linee – guida e chiavi di lettura dei fenomeni economico-statistici rilevati in ambito locale. Proprio per questo, anche per il 2007 la Camera sarà impegnata nel produrre e diffondere conoscenza a sempre più rilevante contenuto strategico, affinando le proprie capacità di monitoraggio e lettura dell'evoluzione del sistema socio-economico e del mondo delle imprese. In questo mo-

do la Camera di Commercio intende valorizzare la propria funzione di catalizzatore e semplificatore di flussi informativi, ponendosi come punto di riferimento per le imprese.

### **Interventi operativi**

#### Potenziamento dei contenuti della rivista camerale "Osservatorio Economico della Provincia di Chieti"

La tradizionale attività di monitoraggio del sistema economico locale - con la stesura del relativo rapporto - sarà ulteriormente potenziata.

Oltre agli studi sul sistema produttivo locale, la Camera si propone di approfondire gli aspetti più strategici per la competitività delle imprese, in primis innovazione e internazionalizzazione.

#### Organizzazione della "Giornata dell'Economia"

Un appuntamento nazionale e locale fondamentale per approfondire la dimensione territoriale dei fenomeni economici e cogliere le interdipendenze tra le imprese e il territorio.

#### Ricerche e pubblicazioni tematiche

Pubblicazione dei risultati sui fabbisogni di professionalità delle imprese per l'anno 2006 (Progetto Excelsior), redazione rapporti congiunturali e rilevazioni economico-statistiche e prezzi in ambito SISTAN (Sistema Statistico Nazionale), con il coordinamento operativo dell'Istat.



### **3.7. Il marketing turistico territoriale**

**OBIETTIVO 2007** – Attivare "politiche di sistema" e migliorare la qualità e la capacità di integrazione della "filiera turistica".

Il territorio della nostra provincia ha un indiscusso patrimonio turistico e culturale.

A tutt'oggi non è stata però ancora individuata la strategia vincente per far decollare sotto il profilo turistico la nostra provincia.

Dati recenti dimostrano che il fenomeno che caratterizza il turismo nel nostro territorio è del tipo "mordi e fuggi".

Le difficoltà di questo settore sono anche riconducibili alle inadeguate capacità di integrazione della nostra cosiddetta "filiera turistica". Una filiera che dovrebbe essere in grado di ricomprendere l'intero processo di gestione dell'offerta perseguendo un processo di aggregazione tra le imprese, in un settore che oggi è ancora troppo frammentato.

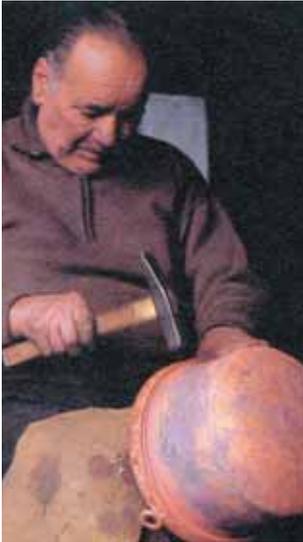
Quindi, la Camera di Commercio intende impegnarsi sempre più nella ricerca di sinergie organizzative, gestionali e finanziarie tra gli operatori pubblici e quelli privati: in altre parole, nell'attivazione di una "politica di sistema".

Intende poi puntare con maggiore incisività sull'implementazione dei sistemi di qualità nell'offerta turistica provinciale.

### **Interventi operativi**

#### Azioni di promozione della qualità dell'offerta turistica

Diffusione del Marchio di Qualità Isnart presso le strutture alberghiere e gli agriturismi della provincia di Chieti.



#### Progettazione di un Osservatorio sul turismo provinciale

Il progetto non si esaurisce nel semplice monitoraggio dell'andamento del settore, ma si qualifica soprattutto quale luogo di incontro tra i soggetti associativi del settore, istituzionali e tecnici, per analizzare e confrontarsi sulle problematiche e criticità dell'offerta, al fine di individuare una strategia globale tesa ad una politica di sostegno e miglioramento sistemico ad ampio raggio che faccia leva e coinvolga la pluralità dei soggetti che operano nel settore. Ciò significherà fare sistema e strategia per il turismo.

#### Realizzazione di una guida agli itinerari dell'artigianato artistico in provincia di Chieti

Verranno censite le botteghe dell'artigianato artistico che operano in provincia di Chieti e che lavorano utilizzando tecniche tradizionali, producendo pezzi unici e su misura.

#### Realizzazione di uno studio sulla "riqualificazione dei centri storici" della provincia di Chieti

Lo studio, da realizzarsi in collaborazione con la Facoltà di Architettura dell'Università degli Studi "G. D'Annunzio" di Chieti è finalizzato a stimolare e sostenere la riqualificazione estetica e funzionale degli edifici dei centri storici e dei centri abitati dei comuni della provincia di Chieti.

#### Finanziamento di iniziative e manifestazioni con ricadute di promo-valorizzazione del territorio, a beneficio dell'economia locale.

#### Partecipazione ad iniziative di sviluppo locale

Partecipazione attiva dell'ente camerale alle fasi di pianificazione, programmazione ed implementazione di azioni di sistema realizzate a livello di Patti Territoriali.

### **3.8. La regolazione del mercato**

*OBIETTIVO 2007 - Promuovere nuove relazioni con gli attori del mercato e la società civile in generale.*

#### **Interventi operativi**

##### Costituzione della Camera Arbitrale

Entro l'anno 2007 si prevede di procedere alla costituzione della Camera Arbitrale con la partecipazione degli Ordini Professionali più vicini alle imprese: gli avvocati, i dottori commercialisti ed i notai. Una collaborazione duratura per offrire i migliori servizi alle aziende e creare nuove occasioni di lavoro per i professionisti. La Camera Arbitrale offrirà ad imprese, professionisti e consumatori la possibilità di risolvere in maniera veloce, economica e riservata le controversie commerciali.

La giustizia alternativa è l'ambito di riferimento in cui Camera Arbitrale offrirà i propri servizi di arbitrato, conciliazione, e risoluzione telematica delle controversie ed organizzerà corsi di formazione e momenti informativi sulle varie tematiche della giustizia alternativa, sia presso la propria sede sia presso e/o in collaborazione con altri enti.

#### Revisione degli Usi e delle Consuetudini

Verrà attivata la procedura di Revisione degli Usi e delle Consuetudini della Provincia di Chieti, al fine di disporre l'aggiornamento di uno strumento che favorisca la nascita di rapporti commerciali corretti e trasparenti. Si prevede di realizzare la costituzione della Commissione, dei Comitati Tecnici, del manifesto informativo e l'invio delle lettere informative ai comuni ed alle associazioni di categoria.

#### Potenziamento e promozione del Servizio Controllo Clausole Inique

Con Deliberazione della Giunta Camerale n. 90 del 12.05.2004 è stato approvato il Regolamento concernente il funzionamento del Servizio di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti tra professionisti e consumatori. Nel corso del 2007 verrà realizzata la promozione del servizio, sia attraverso la pubblicazione e la diffusione di depliant informativi, sia attraverso la pubblicazione di alcuni pareri resi dalla apposita Commissione di controllo.

Parallelamente si procederà al potenziamento delle attività di competenza del servizio, prevedendo la possibilità di predisporre e promuovere contratti-tipo tra imprese e tra imprese e consumatori ed utenti. Si tratta di uno strumento a carattere preventivo che consente di assicurare regole di trasparenza e di equità grazie alla collaborazione delle diverse componenti che trovano nella Camera di Commercio una sede ideale per raggiungere un accordo.

L'applicazione del contratto-tipo argina gli inconvenienti che si possono presentare quando vengono stipulati i cd. "contratti standard", unilateralmente predisposti dalle imprese.

Trattasi, in sostanza, di schemi contrattuali aperti non vincolanti che vengono negoziati ad opera di soggetti diversi da coloro che stipuleranno i singoli contratti ed il cui contenuto verrà recepito automaticamente nei successivi contratti particolari.

#### Accreditamento del Servizio di Conciliazione societaria presso il Ministero della Giustizia

Con D.M. 23 luglio 2004 n. 222 è stato formalizzato il Regolamento recante la determinazione dei criteri e delle modalità di iscrizione nonché di tenuta del registro degli organismi di conciliazione di cui all'art. 38 del decreto legislativo 17 gennaio 2003, n. 5. Ai sensi di tale Regolamento solo gli organismi iscritti nel registro sono competenti a dirimere le controversie societarie e le Camere di Commercio che abbiano istituito organismi di conciliazione hanno "diritto di ottenere l'iscrizione di tali organismi nel registro". Con decreto dirigenziale 24 luglio 2006 è stato approvato il relativo modello di domanda. Nel corso del 2007 si predisporrà la documentazione necessaria da allegare alla domanda di iscrizione della Camera di Commercio di Chieti nel registro degli organismi di conciliazione tenuto presso il Ministero della Giustizia.

#### Promozione del Servizio di Conciliazione

Continuerà anche nel 2007 l'attività di promozione del Servizio di Conciliazione, sia attraverso la sottoscrizione di pro-

toccolli di intesa con gli Ordini Professionali, i Comuni e le Associazioni di Categoria, sia attraverso l'organizzazione della "Settimana della Conciliazione".

#### Implementazione dell'attività ispettiva presso aziende nel settore della metrologia legale

Allo scopo di aumentare il grado di tutela dei consumatori e delle aziende che operano correttamente, verrà programmata una capillare attività ispettiva per garantire la corretta applicazione delle norme metrologiche, con riferimento agli strumenti metrici utilizzati nelle transazioni commerciali con i terzi, in termini di conformità alle norme di riferimento.

### **3.9. La semplificazione amministrative per le imprese OBIETTIVI 2007**

- Implementare i processi telematici attinenti le procedure di competenza del Registro Imprese;
- Migliorare la qualità dei dati del Registro Imprese.

#### **Interventi operativi**

##### Digitalizzazione dell'attività del Registro imprese nel rispetto della normativa di cui al D.Lgs. 7 marzo 2005 n. 82 titolato "Codice dell'Amministrazione digitale":

Il D.Lgs. 7 marzo 2005 n. 82, sulla scia di quanto già il Legislatore ha voluto intendere con il DPR 445/2002, rappresenta il Codice con cui ciascuna Pubblica Amministrazione assicura la disponibilità, la gestione, l'accesso, la trasmissione, la conservazione e la fruibilità dell'informazione in modalità digitale e si organizza ed agisce a tale fine utilizzando con le modalità più appropriate le tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Lo sviluppo di tale processo avviene sostanzialmente attraverso la Carta Nazionale dei Servizi e la posta elettronica certificata.

Entrambi questi strumenti sono rilasciati dal Registro delle Imprese. Conseguentemente si può senz'altro evidenziare il duplice ruolo del Registro delle Imprese nel quadro delineato: in qualità di parte di Pubblica Amministrazione che deve permettere la fruibilità dei dati detenuti con le modalità indicate nel suddetto Codice ed in qualità di fornitore degli strumenti all'utenza che permettano la fruizione delle tecnologie informatiche nel rispetto dei principi di certezza e sicurezza.

La Carta Nazionale dei servizi che ha sostituito la smart card è un documento rilasciato su supporto informatico che consente l'accesso per via telematica ai servizi erogati dalle pubbliche amministrazioni e permette, attraverso una complessa procedura, di identificare univocamente il sottoscrittore di un documento informatico.

La Posta Elettronica Certificata (PEC) è un sistema di posta elettronica nel quale è fornita al mittente documentazione elettronica, con valenza legale, attestante l'invio e la consegna di documenti informatici.

Presupposto per la posta elettronica certificata è che mittente-



te e destinatario siano dotati di casella di posta elettronica certificata.

Per garantire i requisiti richiesti dalla posta elettronica certificata è necessario che questa sia rilasciata da un Ente certificatore in possesso di determinati requisiti previsti dalla normativa. Tra gli Enti certificatori preposti a rilasciare le caselle di posta elettronica certificata annoveriamo Infocamere che opera attraverso le Camere di Commercio.

#### Completamento dell'attuazione delle cancellazioni d'ufficio previsto dal DPR 247/2004.

Si tratta del completamento dell'attuazione delle cancellazioni d'ufficio previste dal DPR 247/2004. La ratio della norma è costituita dalla cancellazione d'ufficio di ditte individuali e società di persone non più attive, la cui consistente persistenza negli archivi delle camere di commercio comporta inutili oneri amministrativi e finanziari per la gestione dei registri, introduce elementi di incertezza nel regime di pubblicità delle imprese e ostacola la conoscenza della realtà economica del paese. Compito del Registro delle Imprese è quello di "indagare" sull'effettiva cessazione delle imprese e procedere alla loro cancellazione.

A tal fine è stato estratto da parte di Infocamere un elenco di 1622 imprese individuali e 499 società di persone in funzione del diritto annuale non pagato da più di tre anni (2002-2004) e che per le medesime annualità non hanno presentato denuncia di modificazione e/o richieste di certificati.

Il Registro Imprese, secondo quanto dispone il decreto, deve procedere all'accertamento delle circostanze individuate dal decreto e avviare la cancellazione d'ufficio nel rispetto dell'iter indicato nel Decreto medesimo.

### **3.10. La promozione dell'immagine dell'Ente**

*OBIETTIVO 2007 – Dare maggiore visibilità alle attività dell'ente camerale*

#### **Interventi operativi**

##### Revisione della veste progettuale e grafica del Bilancio Sociale

È prevista la realizzazione della seconda annualità del progetto per la redazione del Bilancio Sociale della Camera di Commercio di Chieti. Il progetto, che coinvolge le diverse aree funzionali dell'Ente mediante la partecipazione dei responsabili ad un Gruppo di Lavoro (costituito già dal 2006) sotto la direzione del Segretario Generale.

L'obiettivo da perseguire è quello di dare una maggiore visibilità alle attività dell'ente camerale attraverso una revisione della veste progettuale e grafica del Bilancio Sociale, la cui elaborazione e presentazione dovrà essere effettuata in occasione del conto consuntivo 2006 e/o del preventivo economico 2008.

##### Miglioramento degli standard di qualità e di efficienza del sito Internet camerale.

Nel corso del 2006, grazie al supporto della società Infoca-



mere e del CED della Camera di Commercio di Milano, si è proceduto alla realizzazione del nuovo sito Internet camerale. Occorre continuare la normale attività di gestione e di aggiornamento di questo strumento di informazione al fine di garantire uno standard di qualità dei servizi il più possibile rispondente alle esigenze dell'utenza e potenziare la sezione sulla gestione dei reclami.

#### 4. AZIONI DI SUPPORTO TRASVERSALE

##### 4.1. Il miglioramento del sistema di comunicazione

*OBIETTIVO 2007 - Assicurare l'utilizzo delle tecnologie informatiche in conformità alle Regole Tecniche specificate nell'art. 71 del Codice dell'Amministrazione.*

In tema di sistema di comunicazione interna, nel 2007 l'attività più importante sarà affidata all'ufficio protocollo che dovrà continuare il complesso processo di informatizzazione avviato nel 2006, secondo quanto previsto dal Codice dell'Amministrazione Digitale che, com'è noto, è stato redatto per organizzare ed ordinare, a seconda dell'aspetto tecnologico, le numerose norme in materia di Innovazione e Tecnologia.

Nell'ambito del complesso processo di diffusione degli strumenti telematici attraverso i quali i cittadini e le imprese possono comunicare con le Pubbliche Amministrazioni, si inserisce l'esigenza, da parte degli Enti pubblici, di riorganizzare ed aggiornare i servizi resi, nonché di semplificare i procedimenti amministrativi, le attività gestionali e le modalità di presentazione delle istanze, assicurando l'utilizzo delle tecnologie informatiche in conformità alle Regole Tecniche specificate nell'art. 71 dello stesso codice.

La semplificazione dei procedimenti amministrativi introduce il concetto di documento informatico e pone i problemi connessi alla sua protocollazione, gestione ed archiviazione. Secondo la normativa vigente tale documento che, per definizione, è la rappresentazione informatica di atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti, acquista validità giuridica se presenta i seguenti requisiti;

- supporto o mezzo di memorizzazione
- contenuto stabile
- provenienza certa del documento

Esistono altresì regole tecniche che disciplinano la trasmissione, la conservazione, la duplicazione e la validazione temporale dei documenti informatici.

Uno strumento adeguato alla trasmissione del documento informatico con l'apposizione della firma digitale è la posta elettronica certificata.

Il processo di protocollazione, gestione ed archiviazione dei documenti digitali oltre ad attestare che il documento informatico rispecchia tutti i requisiti sopra descritti, deve garantire l'integrità, la chiarezza e la reperibilità degli stessi mediante una corretta classificazione e gestione dei dati che sono oggetto di formazione del documento informatico.

Infine il dato formato dalle Pubbliche Amministrazioni deve es-





sere fruibile e riutilizzabile da parte degli altri Enti e dei privati. Ciò richiede l'utilizzo di tecnologie informatiche di ausilio ai soggetti coinvolti nell'innovazione che non alterano i procedimenti amministrativi regolati dal diritto.

#### **Interventi operativi**

*Realizzare la gestione dell'insieme dei flussi informativi e documentali, con l'utilizzo di tecnologie informatiche e telematiche*

Nell'ambito del contesto normativo vigente, la Camera di Commercio di Chieti intende realizzare la gestione dell'insieme dei flussi informativi e documentali, con l'utilizzo di tecnologie informatiche e telematiche e si è pertanto dotata, già dal settembre 2005, di un manuale di gestione del protocollo informatico, la cui completa attuazione avverrà nel corso dell'anno 2007.

La gestione informatica dei documenti, così come descritta, offrirà sicuramente numerosi vantaggi all'Ente sia dal punto di vista dell'azione amministrativa sia dal punto di vista del risparmio in termini economici.

#### **4.2. Implementazione del sistema di programmazione e pianificazione**

*OBIETTIVO 2007 – Messa a regime del nuovo Regolamento sulla gestione economica e patrimoniale delle Camere di Commercio.*

Nel corso degli anni 2005 e 2006, grazie al nuovo programma di contabilità, sono state gestite contemporaneamente la contabilità finanziaria, la contabilità economica e la rilevazione dei costi per centri di costo, per obiettivi e per programmi. Tali attività subiranno una radicale modifica in seguito all'introduzione del nuovo Regolamento sulla gestione economica e patrimoniale delle Camere di Commercio.

#### **Interventi operativi**

- a) *perfezionamento della gestione del budget;*
- b) *rielaborazione dei risultati di gestione con il supporto del modulo del controllo di gestione elaborato da Infocamere;*
- c) *applicazione delle disposizioni previste dal nuovo regolamento di contabilità che stabilisce nuovi schemi di bilancio ed una procedura di approvazione più articolata;*
- d) *costituzione dei comitati di lavoro con i responsabili della contabilità della varie Camere Abruzzesi.*

La prima attività dovrà consentire il raggiungimento, da parte dei Dirigenti, della piena autonomia nella gestione delle risorse e nel raggiungimento degli obiettivi assegnati.

In questa fase sarà fondamentale il coinvolgimento dei responsabili dei vari settori che, nel momento in cui assumono provvedimenti di impegni di spesa, oltre al rispetto delle disponibilità di bilancio devono garantire la corretta gestione del budget e la corretta individuazione dei programmi nell'ambito degli obiettivi da perseguire.

Il nuovo modulo del controllo di gestione consentirà la rielaborazione dei dati di bilancio secondo criteri più consoni alla misurazione dei benefici attesi, oltre al risparmio di tem-



po da parte dell' ufficio del controllo di gestione che dovrà invece individuare criteri più confacenti alla misurazione dell'efficacia e dell'efficienza dei servizi.

L'approvazione del nuovo regolamento di contabilità ha finalmente cristallizzato in procedure codificate e più rispondenti alle logiche privatistiche le modalità di programmazione, pianificazione e controllo dell'attività camerale. Grazie al lavoro avviato nel corso del 2006, sarà possibile ottenere il coinvolgimento della struttura nella definizione degli obiettivi e dei budget secondo logiche proprie della contabilità economica.

Altro obiettivo fondamentale è rappresentato dalla collaborazione intercamerale supportata anche dall'Unione Regionale Abruzzo; grazie alla formazione di comitati di lavoro con i responsabili dell'ufficio ragioneria e controllo di gestione sarà possibile definire procedure, obiettivi, programmi e metodologie di pianificazione e controllo omogenee che garantiranno una più efficace interazione

#### **4.3. Il miglioramento della dotazione infrastrutturale**

*OBIETTIVO 2007 – Realizzazione di un centro espositivo e di servizi.*  
Nel triennio 2007-2009 è previsto il completamento della dotazione infrastrutturale dell'area "ex Foro Boario" di Chieti Scalo. Come noto tale area, avente una superficie di circa 65.000 mq., è situata al centro della zona metropolitana di Chieti-Pescara, in prossimità dell'uscita dell'asse attrezzato, della autostrada A14, dell'aeroporto e dell'interporto. Si tratta, pertanto, di un'area dotata di grandi potenzialità, destinata dalla Camera di Commercio di Chieti ad accogliere strutture che possano favorire lo sviluppo dell'intera provincia.

##### **Interventi operativi**

*Realizzazione di un centro espositivo e di servizi presso l'area della nuova sede camerale di via F.lli Pomilio ex Foro Boario*



Il programma dei lavori che la Camera intende realizzare nell'anno 2007, adottato con Deliberazione della Giunta Comunale n. 114, del 3.10.2006, prevede le seguenti opere:

- Opere e lavori per la realizzazione di un centro espositivo e di servizi presso l'area della nuova sede camerale di via f.lli Pomilio ex Foro boario;
- Opere di urbanizzazione, arredo urbano e sistemazione esterna dell'area ex Foro boario di via f.lli Pomilio;
- Lavori per la realizzazione di un impianto di climatizzazione all'interno dei padiglioni espositivi in corso di completamento nell'area ex Foro boario e lavori di adeguamento alla normativa di prevenzione incendi;
- Lavori di adeguamento della cabina elettrica esistente nell'area ex Foro boario;
- Lavori di adeguamento alla normativa di prevenzione incendi presso la sede camerale di piazza G.B.Vico, in Chieti;
- Lavori di implementazione del sistema di illuminazione delle aree esterne e dell'edificio principale del complesso "ex foro boario". **CE**





# Il programma dell'Azienda Speciale "Agenzia di Sviluppo"

Il programma degli interventi della Agenzia di Sviluppo per l'anno 2007 è stato articolato nel rispetto della continuità temporale e logica dell'approccio strategico che ha caratterizzato le azioni implementate nel corso degli ultimi periodi di programmazione, approccio mirato a consolidare la posizione acquisita quale struttura di supporto alla progettazione e gestione di iniziative di sviluppo locale della Camera di Commercio di Chieti tra le quali assumono valore particolarmente significativo quelle nell'area internazionalizzazione e della innovazione tecnologica.

In linea con gli orientamenti passati, inoltre, gli interventi riflettono il ruolo della Azienda Speciale quale strumento della Camera che opera nel mercato istituzionale dei servizi reali alle imprese per l'assistenza operativa al miglioramento competitivo del sistema imprenditoriale locale.

Le iniziative progettuali sono caratterizzate da una connotazione fortemente operativa finalizzata alla creazione, nel tempo, di un pacchetto di supporti/strumenti cui le imprese possano regolarmente attingere nella gestione dei propri sistemi aziendali.

Nello specifico, il programma si sviluppa in quattro aree di intervento (Internazionalizzazione, Formazione, Servizi alle Pmi e Progetti Speciali) seguendo alcune linee prioritarie programmatiche licenziate dal Consiglio Camerale della Camera di Commercio di Chieti quali l'innovazione ed il trasferimento tecnologico dalle grandi imprese a quelle di minore dimensione, la formazione delle risorse umane, la promozione della qualità, l'internazionalizzazione ed i servizi alle Pmi, il marketing turistico territoriale.

## **Internazionalizzazione**

Le attività programmate sono connesse alla erogazione di servizi di informazione, orientamento, assistenza, e consulenza alla realizzazione di eventi promozionali in Europa e nell'Est balcanico (workshop, missioni economiche, study e visit tour, fiere), alla progettazione, alla implementazione ed al monitoraggio di azioni volte a sostenere lo sviluppo ed il consolidamento di processi aziendali di internazionalizzazione ed alla gestione dello sportello provinciale dell'**Euro Info Centre IT383**, punto ufficiale della rete della Commissione europea, Direzione Generale Imprese&Industria. Lo sportello si pone come obiettivo quello di fornire informazioni sul funzionamento e sulle opportunità legate al Mercato interno, di promuovere attivamente iniziative, programmi e politiche comunitarie rilevanti per le piccole e medie imprese e di favorirne l'accesso, di stimolare la partecipazione delle imprese agli strumenti che la Commissio-



ne europea ha predisposto per rilevare i problemi incontrati nell'operare nel mercato unico così come quelli per misurare l'impatto della normativa prodotta e per testare una particolare legislazione o politica.

Attraverso il servizio di Euro Info Centre l'Agenzia di Sviluppo fornirà, inoltre, una serie di strumenti di assistenza alle Pmi finalizzati allo sviluppo di attività transfrontaliere e di network internazionali nonché servizi di supporto alla ricerca di partnership internazionali per l'avvio di rapporti di cooperazione commerciale, produttiva, finanziaria o progettuale.

Particolare attenzione sarà poi posta alla realizzazione nel territorio provinciale di un evento promozionale che faciliti l'incontro tra offerta locale e domanda nazionale ed internazionale di prodotti e servizi nel campo della filiera della subfornitura meccanica: l'iniziativa, da realizzarsi in partnership con gli attori dello sviluppo locale e di quelli votati allo sviluppo dei processi di aziendali di internazionalizzazione, dovrà costituire la base per una azione duratura che possa porsi come elemento distintivo dell'intervento della Agenzia.

### **Formazione**

Le azioni programmate sono connesse alla progettazione, implementazione, monitoraggio e rendicontazione di corsi di formazione professionale, di corsi per l'acquisizione di abilitazioni, per il miglioramento dei sistemi gestionali e per la diffusione della cultura d'impresa attraverso il ricorso a strumenti, programmi ed iniziative provinciali, regionali, nazionali e/o comunitarie.

Destinatari dei percorsi formativi saranno aspiranti imprenditori, professionisti, studenti, imprenditori ed addetti di PMI di tutti i settori economici; le tematiche del marketing strategico e della internazionalizzazione delle catene del valore aziendale costituiranno il focus dei contenuti degli interventi formativi programmati.

### **Servizi alle Pmi**

L'azione in questa area, consolidata da oltre un decennio di attività, prevede interventi di analisi, progettazione, implementazione e monitoraggio di progetti di miglioramento organizzativo a carattere innovativo nonché di azioni volte allo sviluppo dei sistemi gestionali delle imprese della provincia.

Troveranno spazio in questo contesto interventi di check-up aziendale finalizzati alla individuazione dei punti di debolezza da rafforzare con interventi consulenziali mirati ed assistiti sui sistemi di programmazione e controllo, nelle funzioni di marketing o di amministrazione e finanza, nei sistemi produttivi e distributivi così come in quelli di qualità, sicurezza ed ambiente.

A tale scopo l'Agenzia di Sviluppo ha sviluppato strumenti evoluti di diagnostica aziendale che presto verranno proposti agli utenti per il tramite di una rinnovata piattaforma web dedicata e multi-accesso (imprese/Agenzia/consulenti).

### **Progetti speciali**

La programmazione degli interventi in questa area fa riferimento ad iniziative connesse alla progettazione, implementazione, monitoraggio e rendicontazione di iniziative progettuali nel campo dell'internazionalizzazione e dello sviluppo locale allargato in partnership estesa con i più qualificati attori pubblici e privati attraverso il ricorso a strumenti, programmi ed iniziative provinciali, regionali, nazionali e/o comunitarie ovvero a strumenti di programmazione territoriale e sviluppo locale.

In quest'ottica è previsto il completamento dei progetti Equal sulle tematiche dello svantaggio di genere e psico-fisico, dell'adeguamento delle competenze professionali, dell'impresa sociale, della responsabilità sociale d'impresa; il completamento di progetti di sistema camerale sull'Alternanza scuola-lavoro, sullo sviluppo della competitività e dell'internazionalizzazione delle filiere produttive agroalimentari, della progettazione comunitaria, della finanza e credito dell'innovazione e ricerca.

L'obiettivo dell'Agenzia di Sviluppo sul tema dell'**Innovazione**, in linea con quanto sviluppato negli ultimi due anni, è quello di proseguire nella realizzazione delle azioni di analisi di settori sensibili e trainanti dell'economia provinciale ed arrivare alla fornitura di servizi specifici alle imprese anche per il tramite di un **Osservatorio per l'Innovazione**.

Specifici accordi con gli altri attori dello sviluppo economico regionale e della ricerca presenti sul territorio garantiranno il necessario network di competenze a vantaggio delle azioni di intervento dell'Osservatorio. Si tratta di azioni che si espliciteranno in interventi informativi relativamente le nuove tecnologie disponibili per i differenti settori, in interventi formativi base e di approfondimento sugli strumenti maggiormente innovativi per le differenti realtà aziendali così come in iniziative promozionale. Sarà infatti testata la possibilità di una sorta di "**Expò Tecnologia**" con cui favorire l'incontro tra imprenditori delle differenti province abruzzesi; Expò Tecnologia, organizzato nei nuovi spazi della Camera di Commercio di Chieti siti in Chieti Scalo, fungerà da momento di incontro fra domanda ed offerta di Innovazione tecnologica. La sua notevole possibilità di attrazione di imprese potrà favorire gli stessi servizi specifici su menzionati creando una positiva sinergia fra le differenti azioni.

Rientra nella programmazione 2007 dell'area di attività progetti speciali anche la gestione delle iniziative approvate nell'ambito del P.I.C. Interreg IIIA Transfrontaliero Adriatico incentrate, prioritariamente sui temi dello sviluppo della business cooperation e della innovazione tecnologica e l'attivazione di specifiche iniziative progettuali, direttamente ed in delega dalla Camera di Commercio, nell'ambito di programmi quali Asia-Invest e Competitiveness and Innovation Programme, nell'ambito delle leggi per l'imprenditoria giovanile e/o femminile e del VII programma quadro europeo per la ricerca e sviluppo. 

# Il programma fieristico del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo

Il Centro Regionale Commercio Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo, in collaborazione con la Regione Abruzzo, ha predisposto come ogni anno il programma per la partecipazione delle aziende regionali dei settori agroalimentare, dell'artigianato, del florovivaismo a varie fiere che si svolgeranno nel 2007, selezionate tra le più interessanti nel panorama nazionale.

Al primo appuntamento di **Fierarredo**, il Salone dell'oggettistica d'arredamento, svoltosi a Bologna dal 17 al 25 febbraio, segue l'ormai classico appuntamento di Verona con il **41° Vinitaly** - Salone Internazionale del vino e dei distillati, previsto tra il 29 marzo e il 2 aprile. Sempre in aprile, ma dal 14 al 22, a Firenze, si terrà la **71° Mostra Internazionale dell'Artigianato**, considerata una delle più storiche ed importanti manifestazioni dedicate agli operatori del settore.

Un nuovo appuntamento è invece invece **TuttoFood**, il Salone Internazionale dell'alimentazione, che avrà luogo a Milano dal 5 all'8 maggio e che richiamerà sicuramente esperti, operatori e appassionati del settore agroalimentare.

In autunno sarà la volta del **Flormart** - Salone Internazionale del Florovivaismo, a Padova dal 16 al 18 settembre e poi ci si sposterà a Roma, dal 27 ottobre al 5 novembre per **Moa Casa** per l'artigianato e per complementi d'arredo.





Il calendario si chiuderà infine con *L'Artigiano in Fiera*, la Mostra-Mercato internazionale dell'Artigianato, a Milano dal 1° al 9 dicembre che richiama annualmente circa 3 milioni di visitatori. “Il programma 2007 si sviluppa intorno alle manifestazioni consolidate e di sicura importanza per favorire la promozione e la commercializzazione dei prodotti abruzzesi – spiega il presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo – senza trascurare le novità del panorama nazionale. Il ruolo del Centro Interno è quello di consentire anche alle piccole aziende di ogni settore di partecipare alle esposizioni con una spesa assolutamente ridotta, visto che parte dei costi di organizzazione, allestimento e comunicazione sono a carico dell'ente che, per alcune manifestazioni, è affiancato dalla Regione Abruzzo, in particolare dall'Assessorato alle Attività produttive per l'artigianato e dall'Assessorato all'Agricoltura per il settore agroalimentare. In questo modo anche le piccole imprese hanno l'opportunità di far conoscere le proprie produzioni e soprattutto si riesce a fare aggregazione e presentare l'Abruzzo come un marchio forte e ben identificato”.

Le aziende interessate a partecipare possono contattare gli uffici del Centro Interno (tel. 0871.330842-354335, fax 0871.344821 e-mail: [centrointerno@ch.camcom.it](mailto:centrointerno@ch.camcom.it)). 



# Un corso di formazione per operatori di cantina

a cura della U.O.  
Promozione



Da alcuni anni la Camera di Commercio interviene a favore del comparto vitivinicolo anche attraverso percorsi formativi che possano permettere alle aziende di approcciare nuove metodologie di produzione oppure per favorire la conoscenza di prassi organizzative e manageriali. Nel mese di febbraio 2007 si è concluso un percorso formativo, iniziato nel mese di dicembre 2006, dal titolo *“Formazione ed aggiornamento di base per tecnici operatori di cantina”*, che si è proposto di contribuire alla qualificazione del fattore produttivo più importante - la risorsa umana -, nell’ambito di quella particolare fase della filiera che è rappresentata dalla cantina. Partner dell’iniziativa è stato ISVEA S.r.l., un’azienda da anni all’avanguardia nella fornitura di servizi analitici di eccellenza per il comparto agro-alimentare a beneficio di soggetti dislocati su tutto il territorio nazionale. ISVEA è, inoltre, depositaria di un’altissima specializzazione relativamente al vino - e più in generale alla filiera vitivinicola - ed in tale ambito rappresenta un riferimento a livello internazionale.

I sei incontri hanno permesso di focalizzare i seguenti argomenti: Gli accessori di cantina, la detergenza, le biotecnologie, il legno e le regole di cantina.

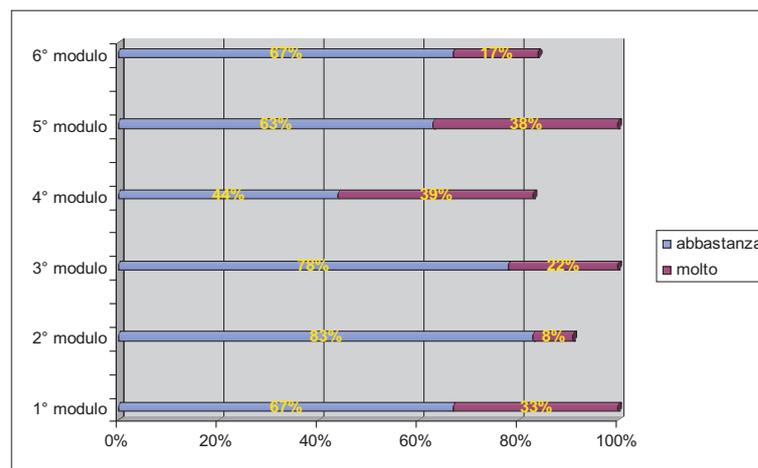
I partecipanti al percorso formativo (complessivamente 30 iscritti), operatori di cantina, ma anche agronomi, imprenditori agricoli ed enologi, hanno manifestato particolare interesse al suddetto corso. Dall’analisi dei questionari di customer satisfaction somministrati, è emerso che il corso ha risposto alle aspettative dei partecipanti, nella misura del 67% con *“Abbastanza”* e del 27% con *“Molto”*, mentre la soddisfazione sui temi affrontati è stata pari al 64,3% con *“Abbastanza”* e 31,5% con *“Molto”*.

Nello specifico, rispetto alle due principali domande poste, per ciascuno dei moduli affrontati (v. tab. 1 e tab. 2) possia-

mo esaminare le singole valutazioni espresse. Lo strumento del questionario permette alla Camera, così come sviluppato per altre iniziative formative, di considerare in modo oggettivo e sistematico la bontà degli interventi formativi intrapresi e modulare i successivi corsi così da rispondere sempre più efficacemente e compiutamente alle esigenze delle imprese e degli utenti. **CE**

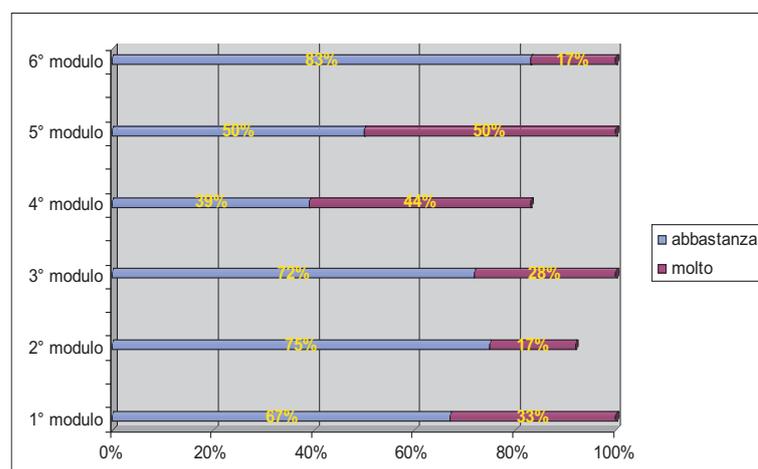
**Tab. 1**

**Le sue aspettative hanno trovato rispondenza nel seminario in relazione ai temi trattati?**



**Tab. 2**

**È soddisfatto del livello di conoscenza sviluppato sui temi trattati nel seminario?**



## Vinitaly e SOL da ricordare

a cura dell'Ufficio  
Stampa e Relazioni  
Pubbliche

  
**SOL**

Per l'Abruzzo Vinitaly e Sol 2007 è stata un'edizione record. Lo testimoniano i riconoscimenti arrivati dal Concorso enologico internazionale e l'interesse e gli apprezzamenti degli operatori e dei giornalisti specializzati che hanno visitato lo stand Abruzzo, organizzato come di consueto dall'Assessorato regionale all'Agricoltura attraverso l'Arssa e dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo. L'impressione da parte di tutti gli osservatori è stata di una regione che ha dato prova di grande maturità e di un grande spirito di gruppo pubblico-privato, in grado di adottare una vera e propria politica di marketing territoriale promuovendo anche le bellezze del territorio. A cominciare dagli spazi resi più accoglienti da un allestimento sobrio e funzionale negli arredi, ma che ha puntato molto sulla comunicazione visiva esterna ed interna sia del padiglione 11 dove erano situate le 89 aziende vitivinicole di 1400 mq. (oltre agli stand delle quattro province, dei Consorzi di Tutela e dell'Apr), sia del padiglione C dove erano presenti le 22 aziende olivicole, arricchiti dagli splendidi compositi fotografici forniti dall'agenzia Carsa. Se questo è stato il contenitore, l'Abruzzo al Vinitaly e al Sol si è mostrato pieno di contenuti: il dato più eclatante è stato il numero di premi ottenuti dai vini abruzzesi al 15esimo Concorso enologico internazionale che hanno portato ben 14 medaglie e 66 diplomi di Gran Menzione. Tra i rossi a fare la parte del leone è stato come al solito il Montepulciano d'Abruzzo che ha meritato, 4 medaglie nelle diverse categorie di rossi Doc (2 medaglie d'oro, 1 argento e 1 bronzo) ma è nella categoria dei rosati Doc che la nostra regione ha completamente dominato, conquistando tutte le medaglie e classificando addirittura 4 vini ex-aequo per la medaglia d'argento confermandosi per il 12esimo anno consecutivo il miglior rosato del mondo. A questi successi si aggiungono gli ottimi risultati ottenuti anche con i bianchi abruzzesi con 3 medaglie (1 medaglia d'oro e 2 argenti), sintomo della riscossa di questa tipologia che da qualche anno ha già alzato la sua bandiera e i ben 66 diplomi (35 tra i rossi, 14 tra i rosati e 17 tra i bianchi).

“Un risultato – ha affermato soddisfatto l'Assessore regionale all'Agricoltura Marco Verticelli – che gratifica l'impegno dei nostri produttori e gli sforzi compiuti anche dalle istituzioni regionali a sostegno di una qualità final-





mente apprezzata in tutto il mondo. L'ultima edizione di Vinitaly ha consacrato l'Abruzzo nel gotha dell'enologia italiana. Ora è importante dare continuità a questi successi, sia attraverso la campagna di comunicazione triennale da 6 milioni di euro e una serie di eventi in Italia, all'estero e sul territorio regionale come la Convention mondiale del vino, sia con l'avvio di una vera e propria strategia commerciale con buyer ed importatori di alcuni Paesi-obiettivo per il prossimo Vinitaly, dove amplieremo lo stand di ulteriori 200 mq. con un nuovo allestimento”.

Ma accanto ai successi di critica, a Vinitaly il vino abruzzese ha avuto conferma del grande apprezzamento da parte dei consumatori che hanno eletto ancora una volta il nostro rosso come il “vino quotidiano” per eccellenza. Secondo i dati dell'indagine presentata a Verona da AcNielsen, infatti, il Montepulciano d'Abruzzo è di gran lunga il vino più venduto nel 2006 con quasi 13 milioni di bottiglie seguito dal Chianti con 8 milioni e dal Barbera d'Asti circa 3 milioni di bottiglie, mentre è al secondo posto se si considera il prezzo delle bottiglie sullo scaffale, il che dimostra che ha un prezzo molto favorevole. “Il vino abruzzese per il suo rapporto tra quantità disponibile sul mercato, qualità e prezzo, tre leve che poche regioni del mondo possono vantare – ha commentato Dino Di Vincenzo il presidente del Centro interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo – e per questo possiamo giocare su diversi tavoli, quello dei supermercati dove il Montepulciano d'Abruzzo da due anni stravinca la sfida, e quello delle enoteche e ristoranti dove si possono piazzare le nostre etichette di pregio”.

Importanti segnali sono arrivati anche dal Sol, il padiglione dove erano posizionate le nostre 22 aziende olivicole che con i loro oli extravergine cominciano ad essere oggetto dell'interesse di acquirenti del nord Italia, ma anche provenienti da Paesi esteri come Germania, Svizzera e Giappone.



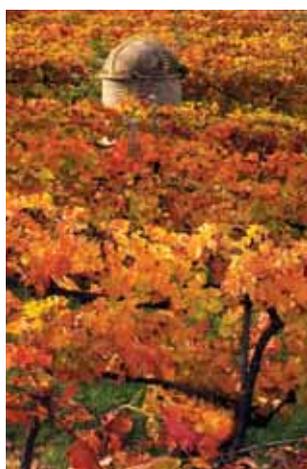
Alla grande kermesse veronese, la nostra regione ha tuttavia portato tutte le sue specialità alimentari, servite all'interno del ristorante Abruzzo che ha visto al lavoro le brigate di sala e di cucina composte da 50 studenti delle cinque scuole alberghiere di Villa S. Maria, Roccaraso, Teramo, Pescara e L'Aquila, affiancati da 10 docenti e coordinati come di consueto dalla locale sezione dell'Associazione Italiana Sommelier che hanno garantito il servizio alle degustazioni guidate e al grande stand dell'Enoteca regionale d'Abruzzo.

“Il ristorante, oltre a rappresentare un servizio aggiuntivo dato ai nostri espositori per ospitare i visitatori e a sviluppare relazioni istituzionali con le personalità che fanno visita ai nostri stand – ha aggiunto il Direttore generale dell'Arssa Donatantonio De Falcis – consente di valorizzare e promuovere le altre eccellenze agroalimentari e la cucina regionale e di far fare un'esperienza unica ai nostri ragazzi che saranno i maitre e gli chef di domani”. Ad apprezzare i prodotti e con le ricette tradizionali abruzzesi, di carne e di pesce, dallo zafferano dell'Aquila Dop alle carote del Fucino Igp, dall'agnello del Parco Nazionale alla pizza dolce abruzzese, dalla Centerba di Tocco da Casauria alla pasta Delverde di Fara S. Martino, numerosi giornalisti oltre ai sommelier della neonata associazione internazionale dei sommelier presieduta da Terenzio Medri, la Worldwide sommellerie association e personaggi come l'ex Ministro Tiziano Treu e i presentatori Luca Sardella e Massimo Giletti, che nella giornata di domenica hanno potuto apprezzare i piatti vincitori del concorso gastronomico “Carraturo d'Oro” preparati dagli chef della Federazione italiana cuochi di Pescara. 



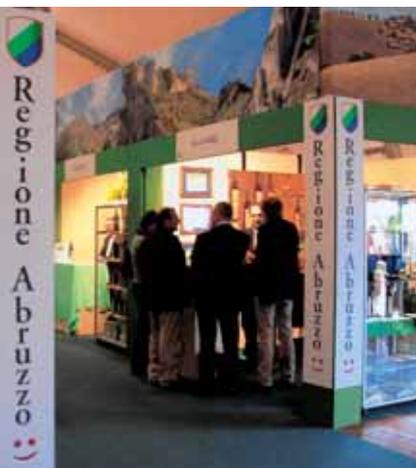
### **I NUMERI DI VINITALY E SOL**

*Incremento del 15% degli operatori esteri che hanno raggiunto 38 mila presenze su 150 mila totali (+4% rispetto all'edizione precedente) da oltre 100 Paesi, oltre a 2.600 giornalisti da 52 Paesi, con 4.300 aziende da più di 30 Paesi. Questi i dati essenziali del pre consuntivo della 41esima edizione di Vinitaly forniti da Veronafiere, il cui presidente Luigi Castelletti ha affermato come?«Vinitaly sia l'unica manifestazione al mondo che può assicurare un elevato numero di contatti per espositore, superiore a 30 contro gli 11-15 delle altre fiere e con un grado di soddisfazione degli espositori che raggiunge il 95% del totale”. Per il direttore generale Giovanni Mantovani “Vinitaly rappresenta un vero e proprio sistema integrato di promozione al servizio non solo dell'enologia nazionale, ma del sistema Paese nel suo complesso per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane che mette a frutto la sua esperienza e i suoi contatti tutto l'anno. Sono in avanzata fase di organizzazione tutte le tappe estere del 2007. Dopo l'India nel gennaio scorso, alla Russia in giugno a Mosca e San Pietroburgo seguiranno il Vinitaly US Tour a ottobre con tappe a Chicago, Los Angeles e San Francisco, Vinitaly Japan a Tokio a fine novembre e subito dopo Vinitaly China a Shanghai».*





**A CITRA IL PREMIO PACKAGING**  
L'Abruzzo si aggiudica anche la medaglia d'argento assegnata nell'ambito della 12esima edizione del Premio internazionale Packaging dalla commissione di esperti a livello internazionale presieduta dalla nota regista Lina Wertmuller e composta da importanti art director, enologi e giornalisti. A meritarsela è stato il look accattivante (bottiglia, capsula ed etichetta) del Trebbiano d'Abruzzo "Laus Vitae" prodotto da Citra Vini, il consorzio di cooperative con sede ad Ortona che l'ha spuntata su oltre 220 vini.



## **LE MEDAGLIE**

### **Categoria vini rossi Doc (da 4 a 6 anni dalla vendemmia)**

Medaglia d'oro

Montepulciano D'Abruzzo Colline Teramane Docg "Vizzarro" 2003  
Az. Agr. Barone Cornacchia - Torano Nuovo (Te)

### **Categoria vini rossi con oltre 6 anni dalla vendemmia**

Medaglia d'oro

Montepulciano d'Abruzzo Doc "Poema" 1999  
Az. Agr. Jasci Donatello - Vasto (Ch)

Medaglia d'argento

Montepulciano d'Abruzzo Doc "Cagiolo" 2000  
Cantina Tollo S.C.A. - Tollo (Ch)

Medaglia di bronzo

Montepulciano d'Abruzzo Doc Colline Teramane Riserva "Escol" 2000  
San Lorenzo Vini S.R.L. - Castilenti (Te)

### **Categoria vini rosati Doc**

Gran medaglia d'oro

Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo "Cerasuolo" 2006  
Vitivinicola De Angelis Corvi - Controguerra (Te)

Medaglia d'oro

Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo "Casal Bordino" 2006  
Madonna Dei Miracoli S.C.A. - Casalbordino (Ch)

Medaglia d'argento ex-aequo

Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo "Cerano" 2006  
Italo Pietrantonj S.A.S. di Nicola Pietrantonj - Vittorito (Aq)  
Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo "Hedos" 2006  
Cantina Tollo S.C.A. - Tollo (Ch)  
Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo "Palio" 2006  
Citra Vini S.C. - Ortona (Ch)  
Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo "Rocca Ventosa" 2006  
Cantina Tollo S.C.A. - Tollo (Ch)

Medaglia di bronzo

Montepulciano d'Abruzzo Doc Cerasuolo 2006  
Az. Agr. Terra d'Aligi - Atessa (Ch)

### **Categoria vini bianchi Doc (tranquilli)**

Medaglia d'oro

Trebbiano d'Abruzzo Doc "Anima" 2006  
Azienda Marramiero S.R.L. - Rosciano (Pe)

### **Categoria vini bianchi Igt (tranquilli)**

Medaglia d'argento

Terre di Chieti Igt Pecorino "Palio" 2006  
Citra Vini Soc. Coop. - Ortona (Ch)

### **Categoria vini bianchi Igt (affinati in legno)**

Medaglia d'argento

Terre di Chieti Igt Chardonnay "Cretico" 2005  
Cantina Tollo S.C.A. - Tollo (Ch)





### ASSEGNATO IL TITOLO DI “BENEMERITO DELLA VITIVINICOLTURA ITALIANA”

Alla 41esima edizione di Vinitaly è stato premiato anche il giornalista abruzzese Massimo Di Cintio, insignito del prestigioso titolo di “Benemerito della vitivinicoltura italiana”, premio patrocinato dal Ministero delle Politiche Agricole ed assegnato dalla Fiera di Verona su proposta dell'Assessore all'agricoltura della regione Abruzzo Marco Verticelli. “La medaglia Cangrande – ha spiegato Verticelli – va all'importante lavoro svolto con dedizione negli ultimi quindici anni da Massimo Di Cintio per far conoscere in Italia e all'estero la nostra enogastronomia e il nostro territorio, registrando puntualmente l'evoluzione dell'enologia regionale a supporto delle aziende e delle istituzioni e diventando punto di riferimento per i giornalisti ed appassionati che si sono interessati alla nostra regione”. Al decimo anno come responsabile della comunicazione dell'Abruzzo al Vinitaly e al Sol e da otto anni consulente della Camera di Commercio di Chieti e del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo, Massimo Di Cintio si occupa di comunicazione nel mondo del vino e dell'enogastronomia, è la firma di importanti riviste e case editrici italiane del settore (tra le quali Il Sole 24 Ore, Civiltà del Bere, Cucina&Vini, Slow Food) ed ha curato decine di pubblicazioni e di guide dedicate al turismo, alla cucina e alla produzione agroalimentare.



Da sinistra, l'Assessore all'agricoltura Marco Verticelli, il direttore generale di Veronafiere Giovanni Mantovani, il presidente Luigi Castelletti e il giornalista Massimo Di Cintio.





### LE GRANDI DEGUSTAZIONI

*“Lunga vita al Montepulciano d’Abruzzo” e “Montepulciano d’Abruzzo Colline Teramane Docg, la nuova frontiera del vino abruzzese” sono stati i temi dei due appuntamenti istituzionali ai quali hanno preso parte i giornalisti delle più importanti testate nazionali e internazionali. Nel primo caso si è trattato di un’originale degustazione verticale “territoriale” svoltasi venerdì 30 marzo, un grande racconto fatto attraverso otto vini, provenienti dalle quattro province, delle migliori annate comprese tra il 1975 e il 2000: in successione il Montepulciano d’Abruzzo di Emidio Pepe 1975, il Montepulciano d’Abruzzo Vecchio 1979 di Dino Illuminati, il Montepulciano d’Abruzzo Vecchio 1983 di Italo Pietrantonj, il Montepulciano d’Abruzzo 1984 dell’azienda Bosco Nestore, il Montepulciano d’Abruzzo 1988 di Edoardo Valentini, il Montepulciano d’Abruzzo “Toni” 1990 di Cataldi Madonna, il Montepulciano d’Abruzzo “Villa Gemma” 1995 di Gianni Masciarelli ed il Montepulciano d’Abruzzo “Cagiolo” 2000 di Cantina Tollo. La degustazione è stata replicata nel pomeriggio per i Consiglieri e gli Assessori regionali invitati a Verona dall’Assessore Verticelli con l’intento di far conoscere ai rappresentanti delle nostre istituzioni un pezzo di storia del nostro vino. Domenica 1 aprile è stata invece la volta della presentazione ufficiale del Montepulciano d’Abruzzo “Colline Teramane” Docg, il vino prodotto nelle zone più vocate della provincia di Teramo entrato a far parte del gotha dell’enologia italiana con le vendemmie 2003 e 2004. L’iniziativa, organizzata dall’Assessorato regionale all’agricoltura, in collaborazione con Provincia di Teramo e Camera di Commercio di Teramo e con il Consorzio di Tutela, ha dato la possibilità di far conoscere al pubblico di giornalisti e di operatori una delle novità più rilevanti dell’Abruzzo enologico. A margine della degustazione, sarà presentata la guida “TERra&AMore, itinerari nelle colline teramane”, una pubblicazione realizzata dalla Camera di Commercio di Teramo e dalla Provincia di Teramo, che racconta la storia e l’attualità del vino della zona attraverso due percorsi turistici ed enogastronomici.*

*Nella giornata di sabato 31 marzo, spazio invece all’olio extravergine d’oliva di qualità, con l’altrettanto affollata degustazione guidata che ha visto protagoniste le tre Dop, Aprutino-Pescarese, Colline Teatine e, alla sua prima uscita ufficiale, il Pretuziano delle Colline Teramane.*



# Gli artigiani abruzzesi a Roma, Milano e Bologna

## Tre fiere nelle capitali dell'artigianato

Come di consueto, tra novembre e febbraio si sono succeduti tre dei quattro più importanti appuntamenti fieristici italiani (il quarto è a Firenze, in aprile) ai quali ormai da molti anni gli artigiani abruzzesi partecipano grazie al coordinamento del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo in collaborazione con l'Assessorato regionale alle attività produttive. Si tratta di occasioni, diverse per tipologia di mercato, ma tutte indispensabili per far conoscere le nostre manifatture e consentire ai piccoli artigiani di poter incontrare operatori e pubblico di grande respiro. In questo senso ancora una volta va sottolineato il prezioso ruolo delle due istituzioni che assorbono ogni aspetto organizzativo e gran parte dell'investimento economico. "Roma è sempre una vetrina dove partecipano anche personaggi dello spettacolo, ma è anche il luogo che accoglie e lancia le nuove tendenze – spiega il Presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo. Per noi è un mercato importante se soltanto consideriamo il bacino di utenza e la vicinanza geografica che consente alle nostre imprese artigiane di ampliare il loro giro di affari. Milano invece è l'approccio con circa 3 milioni di visitatori con la possibilità di vendere e di incontrare distributori e grossisti, mentre a Bologna si torna ad una misura più adeguata che si caratterizza maggiormente per la presenza di critici, architetti e interior designer".

*a cura dell'Ufficio  
Stampa e Relazioni  
Pubbliche*





Alla Fiera di Roma hanno partecipato 20 aziende dislocate su 250 mq. espositivi che hanno richiamato 150 mila visitatori, con le vendite andate così bene che molti artigiani abruzzesi che hanno dovuto far arrivare dall'Abruzzo ulteriori pezzi della loro produzione. Ad arricchire lo stand Abruzzo insieme ai colori e alle bellezze delle manifatture abruzzesi, sono state come di consueto le immagini nostro territorio, "venduto", per così dire, anche dal punto di vista turistico.

"Qualche anno fa – dichiara Innocenzo Chieffo, direttore del Centro Interno – abbiamo intuito che era opportuno promuovere anche l'Abruzzo nel suo complesso, e cioè le sue bellezze paesaggistiche, artistiche ed architettoniche, ossia il territorio nel quale operano i nostri artigiani. In ogni fiera dedichiamo un ampio spazio alla promozione turistica con le gigantografie e con la distribuzione di materiale, amplificando così il successo della nostra presenza".

Stesso format, ma su dimensioni decisamente più importanti la partecipazione FieraMilano City, con 650 mq. e 32 imprese artigiane espositrici. L'undicesima edizione de L'Artigiano in Fiera, la mostra mercato internazionale dell'artigianato in programma alla Fiera di Milano svoltasi da 2 al 10 dicembre, è infatti la più grande manifestazione del mondo dedicata all'impresa artigiana e conta ogni anno quasi 3 milioni di visitatori con oltre 2400 espositori provenienti da 97 Paesi. A Milano, nei primi giorni della fiera, ha voluto presenziare, come lo scorso anno, l'Assessore regionale alle attività produttive Valentina Bianchi: "Forse più che nelle altre regioni l'artigianato abruzzese rappresenta una parte importante della nostra realtà socio-economica che oggi vede in attività una generazione di giovani artigiani – ha dichiarato – capace di esprimere sia gli aspetti legati alla tradizione, portatrice dei suoi valori culturali in tutte le forme e le espressioni, con le ceramiche, i lavori in rame, in ferro battuto e in le-



gno, sia i caratteri di modernità e di innovazione con nuovi materiali e in linea con le tendenze del mercato. A Milano l'ottima qualità esecutiva e la bellezza delle nostre lavorazioni hanno avuto la possibilità di trovare uno spazio per promuoversi ulteriormente sui mercati nazionali ed europei”.

In esposizione, dunque le produzioni tradizionali e le manifatture più creative nella forma e nella materia: accanto ai classici lavori in ceramica di alta scuola (tra i quali le splendide e innovative palline natalizie, diventate un vero e proprio oggetto di culto) e alle sculture e agli oggetti in ferro o in rame, c'è grande spazio per la fantasia che utilizza i confetti per le coloratissime composizioni floreali ma anche la pittura su legno di recupero (porte, finestre, tronchi e cortecce d'albero), la lavorazione del cuoio per l'arredamento oltre che per l'oggettistica classica, la lavorazione composta del vetro o dei tessuti, o quella che prevede curiose e straordinarie creazioni con l'utilizzo del cuoio e della cera profumata con oli essenziali che diventano veri e propri oggetti cult d'arredo. Per la prima volta a Milano, dunque novità assoluta, nello stand Abruzzo esporrà anche la scuola di merletto a tombolo di Pescocostanzo.





E proprio il fascino generato da questo ricco panorama, anche realizzate “in diretta” da alcuni artigiani all’interno dello stand Abruzzo, ha finito inevitabilmente per attrarre l’attenzione di operatori e visitatori della Fiera.

Primo appuntamento fieristico del 2007 è stata la Fierarredo di Bologna, che ha richiamato circa 50 mila visitatori ed ha visto la partecipazione di 15 aziende dell’artigianato abruzzese coordinate dal Centro Interno delle Camere di Commercio d’Abruzzo con il supporto. Come avvenuto negli ultimi anni l’Abruzzo è stata l’unica regione italiana invitata a partecipare alla manifestazione con una esposizione istituzionale: Fierarredo, infatti, è prevalentemente dedicata ai mobili e all’oggettistica per la casa, dove le produzioni artigiane riescono a trovare spazio solo se possiedono requisiti di originalità della proposta e di qualità della manifattura. “Bologna è considerata una delle città di tendenza nell’arredamento – ha commentato il Presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo – e la sua fiera è frequentata da un pubblico attento ed esigente fatto di professionisti e di appassionati, insomma il luogo ideale dove poter proporre le nostre produzioni artigianali di nicchia apprezzate per la grande originalità”. **CE**

#### **LE AZIENDE PRESENTI AL MOA CASA DI ROMA**

**CERAMICHE:** Ceramiche Mercante (Castelli), Ceramiche Simonetti (Castelli).

**LAVORI IN METALLO:** Maltempo Guido (Montesilvano), IronArt (Montesilvano), Scioli Filippo (Guardiagrele), Pecilli Domenico (L’Aquila).

**LAVORI IN LEGNO:** Montanucci Giuliano (S. Stefano di Sessanio).

**LAVORI IN CERA:** ManuFatti (Lanciano), Soft Light Lab (Teramo).

**ALTRI SETTORI:** De Notariis Antonella (L’Aquila), La Bottega di A. Mantini (L’Aquila), Le Stelle dell’Orsa (Pescara), La Bottega del Cuoio Bambulè (Pescara), Anime Grezze di Anna Mattucci (Pescara), Colantonio Fabrizio (Gissi), Vetri Artistici Tatiana (Guardiagrele), Antica Europa (Silvi), L’Esclusivo (Pescara), Idee by Crescia Elisabetta (Pescara), Past’In (L’Aquila).

### **LE AZIENDE PRESENTI A MILANO**

**CERAMICHE:** *Simonetti (Castelli), Mercante (Castelli), Liberrati (Villamagna).*

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

**LEGNO:** *Montanucci Giuliano (S. Stefano di Sessanio), Pellegrini Emilio (Pretoro), Arcamesa (L'Aquila), Di Cicco Gabriele (Avezzano).*

**ARTI VARIE:** *Coricrea (Pescara), Napoleone Marina (S. Stefano di Sessanio), La Bottega di Antonella Mantini (L'Aquila), Mosaico di M.P. Tempesta (L'Aquila), Confetti Di Carlo (Sulmona), Soft Light Lab (S. Atto di Teramo), Coop. Le Stelle dell'Orsa (Pescara), Antichità Pacchione (Silvi), De Notariis Antonella (Coppito), Manufatti (Lanciano), Legatoria Palermo Mario Enzo (Aielli), "Valentina" di Macchiarulo Paolo (Pescara), Past 'In di D'Alessandro Isabelle (L'Aquila), Anime Grezze di Anna Mattucci (Pescara), D'Alessandro donna Italia (L'Aquila), Vetri artistici Tatiana (Guardiagrele), Decoperles (L'Aquila), Coop. Soc. Piccola opera Caritas (Giulianova), Maria Cristina (Montesilvano), Girmart (Sulmona), Bottega del Cuoio Bambule (Pescara), Scuola di merletto a tombolo (Pescocostanzo), Decorazioni artistiche Giuliana Belgrado (Farindola).*



### **LE AZIENDE PRESENTI A BOLOGNA**

**CERAMICHE:** Ceramiche Simonetti (Castelli), Ceramiche Mercante 1840 (Castelli).

**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), Le Stelle dell'Orsa (Pescara), La Bottega del Cuoio Bambulè (Pescara), Antica Europa (Silvi), De Notariis Antonella (L'Aquila), Manufatti (Lanciano), Soft Light Lab (Teramo), Arcamesa di Gizzi (L'Aquila), Gimart di Gialloredo (Sulmona).





# Marchio di qualità “ Ospitalità Italiana” 2007

## Premiati alberghi e agriturismi della provincia di Chieti

Il 15 febbraio 2007 si è tenuta a Chieti, presso la Sala Convegni della sede della Camera di Commercio di Piazza Vico, la premiazione degli alberghi ed agriturismi della provincia di Chieti che hanno ottenuto il prestigioso marchio di qualità Ospitalità Italiana 2007. Il marchio di qualità Ospitalità Italiana 2007, che si articola in distinti riconoscimenti per le diverse strutture ricettive e ristorative è una certificazione promossa dalle Camere di Commercio per stimolare l'offerta di qualità in Italia: ad esso partecipano un gruppo virtuoso di aziende che hanno scelto la qualità come obiettivo da perseguire e che, ogni anno, decidono di mettersi in discussione sottoponendosi a delle valutazioni esterne. Riunirsi sotto un logo comune risponde proprio all'esigenza di comunicare al potenziale cliente gli sforzi dell'impresa verso la qualità; questa scelta (e con essa il concetto di tutela dell'ospite) rappresenta un'opportunità e una sfida per il sistema turistico provinciale. Il Marchio di qualità può fornire innanzitutto ai clienti attuali e potenziali una valutazione obiettiva del livello di servizio offerto, ma rappresentare anche una garanzia per il turista, può inoltre offrire una serie di indubbi vantaggi sia per gli esercenti che per i turisti: visibilità, chiarezza di immagine, garanzie di qualità, facilità di scelta per il turista.

In questa edizione molti sono stati gli alberghi e gli agriturismi visitati ed analizzati con votazioni buone o sufficienti ma solo 17 alberghi e 10 agriturismi della provincia di Chieti sono risultati meritori del Marchio di qualità.

**Cronistoria del progetto.** La Camera di Commercio di Chieti nel corso del 2006 ha invitato le 148 strutture alberghiere e i

a cura della U.O.  
Promozione





134 agriturismi della provincia di Chieti ad aderire al progetto; 27 alberghi e 31 agriturismi hanno presentato la domanda di adesione al fine di misurarsi ed essere sottoposti a valutazione. Le verifiche (terminata nel mese di gennaio 2007) ha riguardato tutte le strutture considerate: 17 alberghi (13 sono alberghi che avevano ottenuto il riconoscimento nel 2006) e 10 agriturismi hanno conseguito il marchio di qualità in quanto conformi alle specifiche previste dal disciplinare ISNART.

Le verifiche sono state considerate comunque un momento importante di miglioramento e di crescita aziendale, anche da parte delle strutture risultate non conformi. Per le 17 strutture alberghiere della provincia di Chieti ammesse al prestigioso riconoscimento si è evidenziato, in generale una buona offerta alberghiera adeguata alla categoria sia da un punto di vista strutturale che infrastrutturale, buona la professionalità e l'accoglienza da parte del personale addetto. Spunti di miglioramento riguardano principalmente i servizi aggiuntivi presenti nelle camere (es. servizio di cortesia, questionario di soddisfazione, brochure informativa, etc...), nella reception e nelle aree comuni. Altro elemento poco tenuto in considerazione dalle strutture non conformi, ma fondamentale ai fini della cosiddetta "customer retention", è l'assenza di un meccanismo per la gestione e l'archiviazione dei reclami e la definizione di un meccanismo di controllo sull'approccio del personale nei confronti del cliente. Infatti, le principali criticità riscontrate sono dovute principalmente all'assenza di servizi aggiuntivi nelle camere e nella reception, che oggi risultano essere un elemento valorizzante e fortemente percepito dal cliente. Per gli agriturismi, le carenze si riferiscono principalmente all'accoglienza, alle stanze, oltre che ai servizi turistici aggiuntivi e, quasi ovunque, agli spazi per la presentazione dei prodotti tipici agroalimentari e dell'artigianato, ed in alcuni casi alla mancanza del sito internet. Le commissioni di valutazioni, composte dai rappresentanti della Provincia di Chieti, di Abruzzo Promozione e Turismo e dalle associazioni agrituristiche e dei consumatori, ha inoltre suggerito a molte strutture di mettere a disposizione degli ospiti guide e libri del territorio.



Il Presidente della Camera di Commercio di Chieti, Dino Di Vincenzo, nel suo intervento durante la cerimonia di premiazione ha espresso: "L'Italia non è più la destinazione così ambita come lo è stato fino agli anni '90. Spagna e Francia, ad esempio, ci hanno già sorpassato, e se negli anni '70 i primi 10 Paesi si spartivano il 70% della torta oggi si dividono appena il 40%. Questo significa che oggi non si può più puntare solo sul fattore attrattivo, ma è divenuto essenziale guardare alla soddisfazione del cliente: pensate che da indagini recenti sviluppate dalla Università Bocconi, il 50% dei turisti che ha trascorso una vacanza nel nostro Paese si dichiara "abbastanza soddisfatto" e solo il 15% "molto soddisfatto". Dunque – ha aggiunto Di Vincenzo – per il nostro territorio che da qualche anno sta puntando sul turismo, è fondamentale partire subito con il piede giusto, con una qualità espressa ai diversi livelli di accoglienza. E per qualità non si deve intendere solo proposte raffinate ad alto prezzo, ma anche l'offerta dei piccoli alberghi e degli agriturismi,





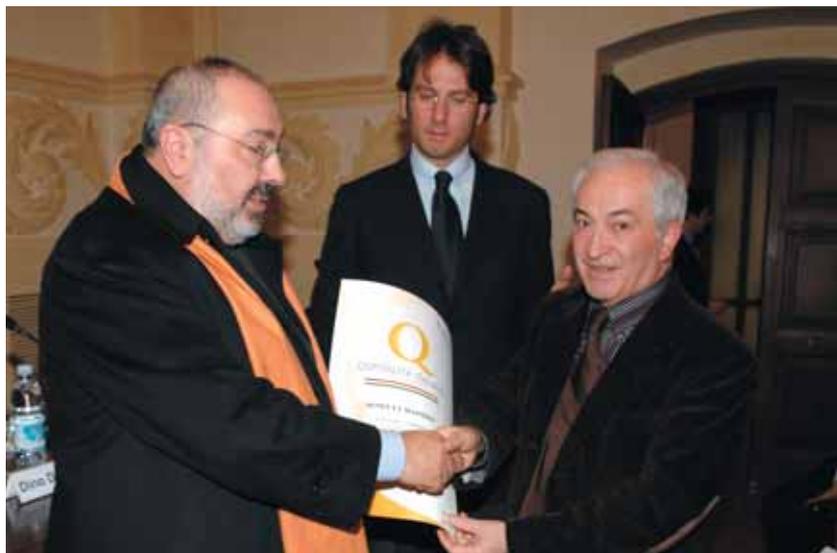
purché sappiano rispondere con servizi puntuali alle aspettative del cliente in relazione alla loro categoria”. Da questa seconda esperienza - ha concluso nel suo intervento il Presidente Di Vincenzo - abbiamo subito tutti imparato una cosa fondamentale: che non è sufficiente ottenere il marchio di qualità per un anno, ma è ancora più importante impegnarsi per mantenerlo negli anni, visto che alcuni dei premiati lo scorso anno non sono stati riconfermati. Le visite ispettive di controllo, anche a sorpresa, per le prossime edizioni del marchio avranno proprio questo obiettivo: verificare il permanere dei requisiti ed innovare laddove si siano riscontrate delle difformità di servizio. Questo è lo spirito che deve animare ognuno di noi, istituzioni e imprenditori, e per questo voglio rinnovare le congratulazioni agli alberghi e agli agriturismi vincitori del Marchio di Qualità dell'edizione 2007 e augurarmi che per la prossima edizione siano ancora più numerosi. Sarà il segno che il Marchio funziona e la conferma che la Qualità è diventata l'obiettivo di un numero sempre maggiore di operatori turistici”.



La cerimonia di Premiazione ha visto la partecipazione di autorevoli rappresentanti ed autorità del settore turismo: gli Assessori provinciali Panfilo Di Silvio al Turismo e Giovanni Di Fonzo alle Attività Produttive, oltre al direttore nazionale dell'Isnat Giovanni Cocco, Francesco di Filippo dell'Agenzia di Promozione Turistica della Regione Abruzzo e a numerosi Sindaci e Amministratori dei Comuni di residenza delle strutture premiate. **CE**



## - HOTEL -



**Hotel La Masseria** ★★★★★  
Piazzano, 69  
66041 Atesa (Chieti)  
Telefono: 0872.897794  
Fax: 0872.897336  
E-mail: [info@lamasseria.eu](mailto:info@lamasseria.eu)  
Sito web: <http://www.lamasseria.eu>



**Hotel Sporting** ★★★  
Via S.S. 16 Sud  
66021 Casalbordino (Chieti)  
Telefono: 0873.918345  
Fax: 0873.918170  
E-mail: [hotel.sporting@virgilio.it](mailto:hotel.sporting@virgilio.it)



**Harri's Hotel** ★★★★★  
R.A. Valignani, 219  
66100 Chieti  
Telefono: 0871.321555  
Fax: 0871.321781  
E-mail: [info@hotelharris.com](mailto:info@hotelharris.com)  
Sito web: <http://www.hotelharris.com>

# - HOTEL -



**Nuovo Albergo Ristorante** ★★★  
*Via Benedetto Croce, 13*  
*66013 Chieti*  
*Telefono: 0871/565141*  
*Fax: 0871/572266*  
*E-mail: newhotel@virgilio.it*



**Valle di Venere** ★★★  
*Via Santa Maria, 5*  
*66022 Fossacesia (Chieti)*  
*Telefono: 0872/608291*  
*Fax: 0872/620212*  
*E-mail: valledivenere@infinito.it*  
*Sito web: <http://www.valledivenere.com>*



**Hotel Claila** ★★★★★  
*Via Nazionale Adriatica, 123*  
*66023 Francavilla al Mare (Chieti)*  
*Telefono: 085/4914494*  
*Fax: 085/4917945*  
*E-mail: [info@hotelclaila.com](mailto:info@hotelclaila.com)*  
*Sito web: <http://www.hotelclaila.com>*

## - HOTEL -



**Park Hotel Alcione** ★★★★★  
Viale Alcione, 59  
66023 Francavilla al Mare (Chieti)  
Telefono: 085/817698  
Fax: 085/4918791  
E-mail: [info@parkhotelalcione.com](mailto:info@parkhotelalcione.com)  
Sito web: <http://www.parkhotelalcione.com>



**Romantik Hotel Sporting Villa Maria** ★★★★★  
Contrada Pretaro  
66023 Francavilla al Mare (Chieti)  
Telefono: 085/450051  
Fax: 085/693042  
E-mail: [villamaria@sportingvillamaria.it](mailto:villamaria@sportingvillamaria.it)  
Sito web: <http://www.sportingvillamaria.it>



**Hotel Anxanum** ★★★  
Via S.Francesco d'Assisi, 8/10  
66034 Lanciano (Chieti)  
Telefono: 0872/715142  
Fax: 0872/715054  
E-mail: [hotelanxanum@tin.it](mailto:hotelanxanum@tin.it)  
Sito web: <http://www.paginegialle.it/anxanum>

## - HOTEL -



**Hotel Mara e Hotel Mara Le Sale** ★★★★★  
*Lido Riccio, 5*  
*66026 Ortona (Chieti)*  
*Telefono: 085/9190416*  
*Fax: 085/9190522*  
*E-mail: marahotel@tin.it*  
*Sito web: <http://www.hotelmara.it>*



**Hotel La Maielletta** ★★★  
*Via Passolanciano, 1*  
*66010 Pretoro (Chieti)*  
*Telefono: 0871/896164*  
*Fax: 0871/896141*  
*E-mail: [info@lamaielletta.it](mailto:info@lamaielletta.it)*  
*Sito web: <http://www.lamaielletta.it>*



**Hotel dei Sette** ★★  
*Via San Michele, 66*  
*66054 Vasto (Chieti)*  
*Telefono: 0873/362819*  
*Fax: 0873/372939*  
*E-mail: [hoteldei7@cheapnet.it](mailto:hoteldei7@cheapnet.it)*  
*Sito web: <http://www.hoteldei7.it>*

# - HOTEL -



**Hotel Excelsior** ★★★★★  
*S.S. 16 sud, 266*  
*66055 Vasto (Chieti)*  
*Telefono: 0873/802222*  
*Fax: 0873/802222*  
*E-mail: info@hotelexcelsior.com*  
*Sito web: http://www.hotelexcelsior.com*



**Hotel Residence Acquario** ★★★  
*Loc. S. Tommaso*  
*66055 Vasto (Chieti)*  
*Telefono: 0873/801986*  
*Fax: 0878/802570*  
*E-mail: info@hotel-acquario.it*  
*Sito web: http://www.hotel-acquario.it*



**Hotel Sporting** ★★★  
*Via S. Tommaso, 67*  
*66055 Vasto (Chieti)*  
*Telefono: 0873/801908*  
*Fax: 0873/809622*  
*E-mail: info@hotelsportingvasto.it*  
*Sito web: http://www.hotelsportingvasto.it*

## - HOTEL -



**Palace Hotel Vasto** ★★★★★  
C.da Fonte De Nardis  
66054 Vasto (Chieti)  
Telefono: 0873/809056  
Fax: 0873/809027  
E-mail: [info@palacehotelvasto.it](mailto:info@palacehotelvasto.it)  
Sito web: <http://www.palacehotelvasto.it>



## - AGRITURISMI -



**Il Quadrifoglio**  
 Strada Licini, 22  
 66100 Chieti  
 Telefono: 0871.63400  
 E-mail: [info@agriturismoilquadrifoglio.com](mailto:info@agriturismoilquadrifoglio.com)  
 Sito web: <http://www.agriturismoilquadrifoglio.com>



**Casale San Giovanni**  
 Viale San Giovanni In Venere, 33  
 66022 Fossacesia (Chieti)  
 Telefono: 0872/607353  
 E-mail: [casalesangiovanni@virgilio.it](mailto:casalesangiovanni@virgilio.it)  
 Sito web: <http://www.agriturismocasalesangiovanni.it>



**Agriverde Relais del Vino**  
 Via Stortini, 32/A  
 66026 Ortona (Chieti)  
 Telefono: 085/9032101  
 Fax: 085/9031089  
 E-mail: [info@agriverde.it](mailto:info@agriverde.it)

## - AGRITURISMI -



**L'Uliveto**  
Via Limiti di sotto, 38  
66010 Palombaro (Chieti)  
Telefono: 0871/895201  
Fax: 0871/815348  
E-mail: [info@agriturismoluliveto.it](mailto:info@agriturismoluliveto.it)  
Sito web: <http://www.agriturismoluliveto.it>



**Locanda Degli Eventi**  
Contrada Cerreto, 242  
66010 Miglianico (Chieti)  
Telefono: 0871/950010  
Fax: 085/810267  
E-mail: [paoladamario@interfree.it](mailto:paoladamario@interfree.it)



**La Capezzagna**  
C.da Santo Stefano, 64  
66010 Ripa Teatina (Chieti)  
Telefono: 0871/398040  
Fax: 0871/398040  
E-mail: [info@lacapezzagna.it](mailto:info@lacapezzagna.it)  
Sito web: <http://www.lacapezzagna.it>

## - AGRITURISMI -



**La Brocca**  
 Via Fonte Giardino, 39  
 66010 San Martino sulla Marrucina (Chieti)  
 Telefono: 0871/809100  
 Fax: 0871/83154  
 E-mail: agriturismolabrocca@micso.net



**Fattoria dell'Uliveto**  
 Via Ragna, 61  
 66020 Scerni (Chieti)  
 Telefono: 0873/914173  
 Fax: 0873/914173  
 E-mail: agri@turismoabruzzo.it  
 Sito web: <http://www.turismoabruzzo.it>



**Fonte Maggio**  
 C.da Caltrucci, 33  
 66020 Scerni (Chieti)  
 Telefono: 0873/914525  
 Fax: 0873/311881  
 E-mail: raffaellagravino@libero.it

## - AGRITURISMI -



**Olimpo**  
C.da Montebello, 4  
66047 Villa Santa Maria (Chieti)  
Telefono: 0872/940425  
E-mail: [info@agriturismolimpo.it](mailto:info@agriturismolimpo.it)  
Sito web: <http://www.agriturismolimpo.it>



# Marchio e Naming

## Strumenti di marketing strategico per la creazione di vantaggi competitivi

Il 22 febbraio la Camera di Commercio ha ospitato il seminario formativo “Da brevetto al marchio, dalla tutela dell’invenzione allo sviluppo del brand”, promosso dalla Regione Abruzzo - Assessorato alle Attività Produttive e all’Innovazione, nell’ambito dell’Azione 2.3.2 “Programma Regionale per l’Innovazione” del Docup 2000-2006.

Nel corso del seminario hanno dato il loro contributo **Davide Venditti**, Patent Attorney, Enterprise Consulting con la relazione dal titolo “Aspetti giuridici sui sistemi di tutela delle idee e di brevettazione in Italia e all’estero”; **Fabrizio Barbarossa**, Consulente marketing e innovazione, Enterprise Consulting con la “Brevettazione, tutela delle idee e lancio del brand sul mercato internazionale: casi concreti sviluppati in Abruzzo”; **Biancamaria Barbieri**, Responsabile ufficio legale brevettuale, LLG - Lay Line Genomics spa Paolo Stacchiola, SGC - Sviluppo Gestione Controllo srl portando “Il caso LLG”; **Paolo Recla**, Specialista in materia di tutela della proprietà intellettuale e industriale, Kstudio Associato Milano, intervenuto sulla “tutela giuridica dei programmi per elaboratore - software”; **Simone D’Alessandro**, Copywriter Senior, Responsabile Advertising Carsa spa, intervenuto sul tema “Marchio e Naming: strumenti di marketing strategico per la creazione di vantaggi competitivi”.

Di seguito, una sintesi degli argomenti affrontati dai relatori.

### Dal brevetto al marchio

Simone D’Alessandro ha chiarito subito che “Quando si parla di proprietà industriale ci si riferisce a diritti conferiti da brevetti, modelli e marchi: diritti ai quali, nel corso dei secoli, è stata riconosciuta, da quasi tutti gli Stati, una tutela giuridica sempre più ampia e particolareggiata, divenendo spesso strumento non solo di progresso ed evoluzione delle nazioni, ma anche di conquista o quantomeno di supremazia delle nazioni più evolute nei confronti delle altre. L’Italia ha il merito e il vanto della più lunga tradizione legislativa nel settore della proprietà industriale. Già nel 1474 la legge Veneziana, denominata “La Parte” si impose come la prima regolamentazione nella storia mondiale, in grado di stabilire diritti e privilegi dell’inventore ed è sorprendente come quest’antica legge contenga già tutti i principi delle leggi brevettuali moderne (novità, esclusiva, limiti territoriali, ecc.). È interessante ricordare che uno dei primi beneficiari di questa legge brevettuale è stato Galileo Galilei, per un innovativo sistema di pompaggio delle acque ed irrigazione dei campi. Tra le successive tappe nella nascita di un diritto delle invenzioni vanno considerate: Lo “Statute of Monopolies” nel 1623, il “Patent Act” americano del 10 aprile 1790, il quale riconosceva agli inventori il diritto di ottenere una “patente” che attribuiva, per un periodo di 14 anni, la facoltà esclusiva di fab-





bricare, usare e vendere l'oggetto dell'invenzione; la Convenzione d'Unione di Parigi del 20 marzo 1883, che ha evidenziato per la prima volta la necessità di abbandonare l'applicazione del diritto internazionale privato, inadatto all'apertura delle economie e allo sviluppo degli scambi internazionali; il Trattato di Cooperazione in materia di Brevetti (Patent Cooperation Treaty o PCT) del 1970 e la Convenzione sul Brevetto Europeo (CBE) del 1978; gli accordi TRIPs (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights), stipulati nel 1994 da 114 Stati in sede di negoziati GATT che, per bloccare il fenomeno della contraffazione e della pirateria intellettuale, stabiliscono dei requisiti minimi di protezione della proprietà intellettuale cui tutti gli Stati devono attenersi. La sempre maggiore integrazione ed internazionalizzazione dei mercati, in cui le imprese si trovano attualmente ad operare, sta determinando un contesto sempre più uniforme a livello legislativo e di richieste di mercato. In tale ambito l'innovazione, intesa quale risultato dell'attività di ricerca e dello sviluppo tecnologico, assume un ruolo essenziale nel processo produttivo, in quanto capace di assicurare il miglioramento delle posizioni di mercato, rispondendo a nuovi bisogni ed interessi. "La creatività dell'impresa non può prescindere dall'esistenza di un'adeguata tutela (nazionale, europea, mondiale), in grado di garantire una protezione dei risultati, degli investimenti ed il godimento esclusivo contro le imitazioni e le appropriazioni di terzi".

#### **Il brevetto: strumento di tutela, ma anche di trasferimento tecnologico**

Davide Venditti ha affermato che "I brevetti svolgono un ruolo importante, a volte essenziale, nell'ambito della ricerca. Bisogna che l'imprenditore e il ricercatore impegnino tempo e risorse per gestire lo strumento brevettuale, sia per tutelare la propria tecnologia o il suo sfruttamento, sia per utilizzare al meglio il patrimonio di conoscenze e informazioni rappresentato dalla letteratura brevettale".



Come ha ribadito anche Paolo Recla, secondo la legge sulle invenzioni *“I diritti di brevetto per invenzione industriale consistono nella facoltà esclusiva di attuare l’invenzione e di trarne profitto nel territorio dello Stato, ....Tale facoltà esclusiva si estende anche al commercio del prodotto cui l’invenzione si riferisce, ma si esaurisce una volta che il prodotto stesso sia stato messo in commercio dal titolare del brevetto o con il suo consenso nel territorio dello Stato...”*.

Il diritto di esclusiva del titolare di un brevetto rappresenta una delle caratteristiche essenziali del sistema brevettuale. Il brevetto pone il suo titolare in una posizione legale per cui è richiesta una sua autorizzazione per l’attuazione del brevetto da parte di terzi. Questo diritto del titolare di un brevetto di escludere altri dall’attuazione dell’invenzione brevettata, è chiamato diritto di esclusiva ed ha per il titolare di un brevetto due principali applicazioni pratiche: a) la protezione contro la contraffazione; b) la possibilità di concedere licenze sul proprio diritto e quindi permettere il trasferimento di tecnologia.

“La parola brevetto - ha aggiunto Simone D’Alessandro - deriva dal latino *brevis*, di corta durata, che nel latino medioevale aveva assunto il significato di un documento redatto da un notaio per conservarne memoria e provare la conclusione di un negozio, dando origine al medioevale francese *bref* ed inglese *brief*, con il senso di breve scritto, e infine agli attuali diminutivi *brevet*, in francese, e *brevetto*, in italiano. L’etimologia della traduzione inglese di brevetto, *patent*, ha privilegiato invece l’altro aspetto fondamentale di quest’istituto in quanto deriva dal latino *patens*, participio presente di *patere*, che sottolinea il fatto di essere aperto, accessibile al pubblico”.

“Il brevetto è un documento tecnico-legale - ha spiegato Davide Venditti - costituito sostanzialmente da una relazione tecnica, nella quale viene descritto dettagliatamente quanto costituisce oggetto della protezione. Ha lo scopo di individuare esattamente l’invenzione, di renderne pubblica la descrizione e di





consentirne la riproduzione da parte di qualsiasi terzo interessato. La libera utilizzazione del brevetto da parte di terzi potrà avvenire comunque solo dopo la scadenza del termine di efficacia previsto per legge. I limiti posti al brevetto sono due: temporale e territoriale. Il brevetto ha un'efficacia limitata nel tempo: 10 anni per i modelli di utilità; 25 anni per i disegni e modelli; 20 anni per le invenzioni industriali. La durata del brevetto viene calcolata a partire dalla data di deposito della domanda di brevetto. Il brevetto, contrariamente a quanto avviene per i marchi, una volta scaduta la sua durata non può più essere rinnovato. Il limite temporale risponde alla necessità di consentire alla collettività il libero accesso all'invenzione, alla scadenza del termine di efficacia e, quindi, di promuovere condivisione e progresso tecnologico. Solo la durata di brevetti che hanno per oggetto delle invenzioni farmaceutiche può essere prolungata per un periodo di tempo massimo di cinque anni oltre la normale durata ventennale del brevetto. Il brevetto ha un'efficacia limitata al territorio dello Stato che lo ha concesso. Pertanto sarà necessario il rilascio di un corrispondente brevetto da parte delle autorità di ciascuno Stato in cui si desidera beneficiare della protezione. Allo scopo di semplificare le procedure di deposito delle domande e di ottenimento dei brevetti all'estero, l'Italia ha sottoscritto numerose convenzioni internazionali, fra le quali vanno segnalate il Trattato di cooperazione in materia di brevetti e la Convenzione sul brevetto europeo”.

### **Il marchio: l'identità che fa la differenza e crea il vantaggio competitivo**

Per Simone D'Alessandro: “Le origini storiche del marchio si possono collocare nel periodo delle corporazioni (XIII secolo), ma negli anni successivi e fino al 1700 l'uso del marchio è stato alquanto limitato. Solo intorno alla metà del XVIII secolo, con l'avvento della rivoluzione industriale e l'affermarsi di una produzione di serie e di massa, emerge l'importanza del marchio. Il fenomeno della standardizzazione qualitativa e quantitativa dei prodotti ha sollecitato l'utilizzo di segni distintivi per orientare il consumatore nelle sue scelte. Per marchio d'impresa si intendono proprio tutti i segni che possono essere riprodotti graficamente: parole, compresi i nomi di persone, i disegni, le lettere, le cifre, la forma del prodotto o il suo confezionamento, a condizione che tali segni siano adatti a distinguere i prodotti o servizi di un'impresa da quelli di altre imprese. L'insieme di questi segni, non singolarmente presi, ma tra loro opportunamente combinati, costituisce il “brand” o “marca” mentre la percezione che la clientela ha di un determinato brand costituisce la “brand image” o immagine commerciale. In sintesi, il brand viene riconosciuto dai consumatori per quello che è, vale a dire un segno che nella sua unitarietà contraddistingue l'immagine commerciale di una certa impresa o di determinate sue attività. Il marketing strategico e la comunicazione integrata rappresentano la voce della marca: ossia la costruzione dei segni distintivi, la creazione dei valori della differenza. Gli strumenti di comunicazione e marketing cercano l'attenzione del pubblico per far passare nel modo più forte la marca e i suoi va-

<sup>1</sup> G. Bateson, *Mente e Natura* - (1984) Adelphi Edizioni, Milano.

<sup>2</sup> C. Bonnange, *Jouan ou Pavlov* - (1987) Edition du Seuil, Paris.

lori attraverso immagini e parole. Tuttavia per progettare valori di marca efficaci è indispensabile trovare *benefit* capaci di fare la differenza, anzi inventare la differenza per far emergere un prodotto/servizio nel mare piatto e indistinto dell'offerta. Come dice Mercurio (2003): *"Il vantaggio della differenza è marketing in azione"*. Bateson<sup>1</sup> definisce l'informazione come *"le notizie sulle differenze"*. Bonnange<sup>2</sup> sostiene che *"Bisogna volere le differenze perché questa è la sola possibilità di esistere fra gli altri"*. Ciò è ancor più valido oggi, dopo cinquant'anni di largo consumo e di precaria difesa dei brevetti. In questa diffusa uguaglianza di prodotti e servizi (pubblici e privati), le linee di differenza sono spesso affidate all'emozione. Esiste un patto non scritto fra il consumatore e la pubblicità: *"Se mi fai emozionare, ti concedo il mio interesse. Se poi riesci anche a spiegarmi i vantaggi, comincio a seguirti. Se, infine, riesci a convincermi senza essere insistente mi hai in pugno"*. Il marchio ha un valore economico e un significato psicologico. Appena viene ideato, non è che una semplice parola o un segno, ma con la pubblicità e l'uso in commercio, il marchio cessa di costituire una semplice espressione verbale o grafica e acquista un valore economico importantissimo per l'azienda che lo ha adottato. Se non esistessero i marchi, i prodotti sarebbero anonimi e i consumatori finirebbero per operare le scelte d'acquisto in modo casuale. Per questo motivo attualmente in Italia si contano oltre 560 mila marchi d'impresa registrati da aziende nazionali ed estere. Parlare di marchi o di prodotti di marca in un'epoca in cui sul mercato si afferma il principio della qualità globale assume un significato particolare in quanto il marchio, quale elemento distintivo, è destinato a svolgere un ruolo centrale nelle relazioni tra produttore, distributore e consumatore. L'industria di marca non è, infatti, soltanto creatrice di prodotti, ma è altresì costruttrice di ambienti



<sup>3</sup> Si veda Klein N. *No Logo, Economia globale e nuova contestazione*, Baldini Castoldi Dalai, I saggi, 2001

culturali nonché promotrice di usi e costumi di cui si assume, in particolare, la responsabilità del valore e della dignità. Scegliere un prodotto di marca tutto sommato è comodo. È una scorciatoia per la decisione. Tra l'altro anche la lotta al marchio con la definizione di "NO LOGO" è in realtà un processo di identificazione di valori che sfociano nel marchio "No Logo"<sup>3</sup>.

#### **La protezione del marchio in Italia e all'estero**

Ancora D'Alessandro: "La protezione legale di un marchio registrato è di 10 anni dalla data di deposito ed è possibile rinnovarla illimitatamente nel tempo per un uguale periodo, purché la domanda di rinnovo sia presentata entro i dodici mesi precedenti la data di scadenza del decennio in corso, o nei sei mesi successivi con l'applicazione di una soprattassa. In considerazione di questa virtuale immortalità del marchio e del particolare valore commerciale che nel tempo può acquisire, le disposizioni di legge ne riconoscono la libera trasferibilità sia essa totale o parziale per alcuni prodotti o servizi. Per ottenere una protezione all'estero è possibile procedere tramite una domanda nazionale, vale a dire attraverso il deposito presso i competenti uffici governativi di ogni nazione, oppure, tramite il cosiddetto marchio internazionale o ancora tramite il deposito di un marchio comunitario avente effetto nei Paesi dell'Unione Europea. *"Possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i nuovi segni suscettibili di essere rappresentati graficamente, purché siano atti a distinguere i prodotti o servizi di un'impresa da quello di altre imprese"*: così recita l'art. 16 della legge sui marchi (L.M.). Si può notare come in questa definizione possano essere riconosciute diverse categorie di marchio:

a) **Marchio di fabbrica**, il quale individua i prodotti fabbricati dall'imprenditore.





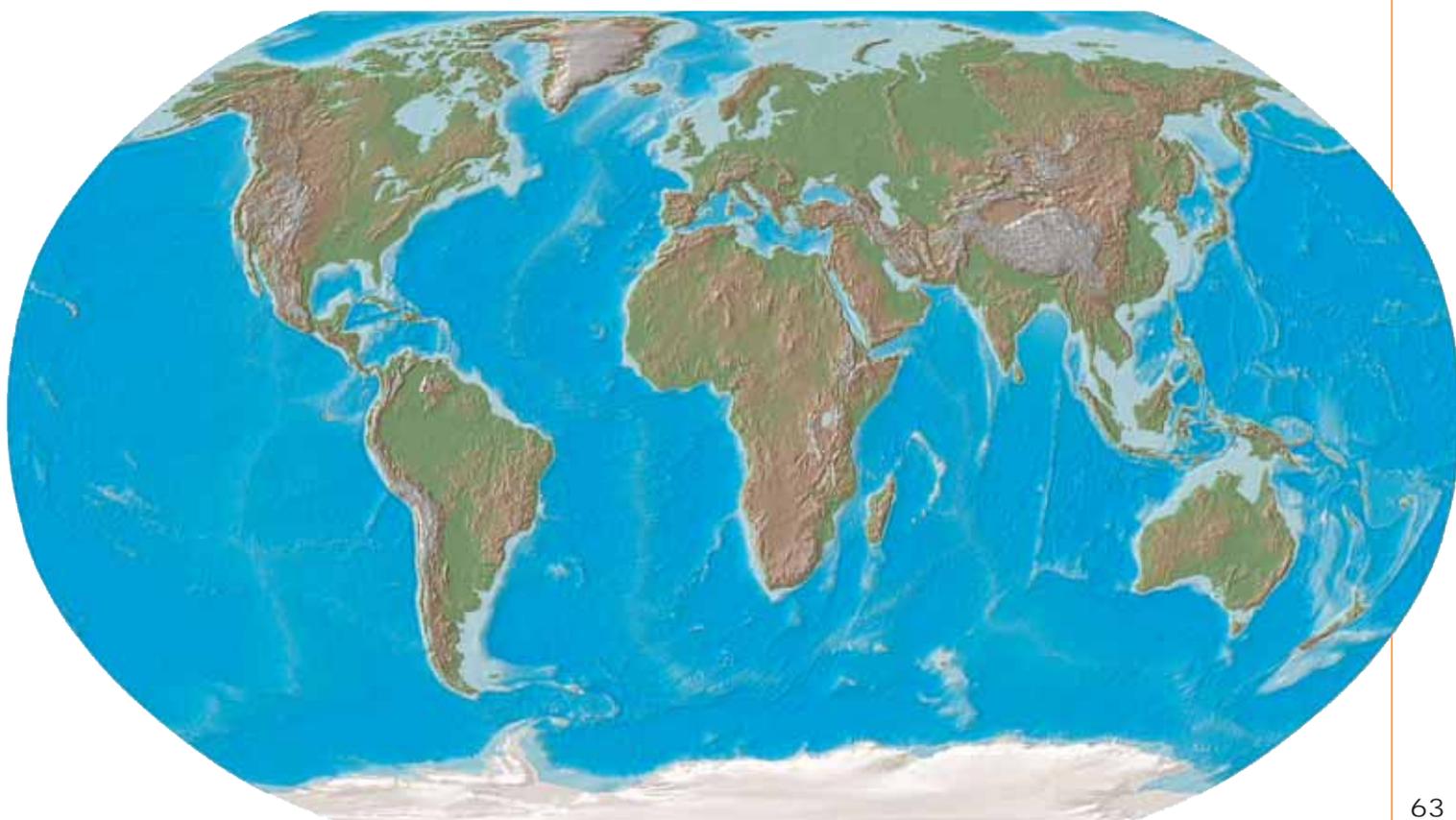
- b) **Marchio di commercio**, il quale individua i prodotti messi in commercio da un intermediario professionale.
- c) **Marchio di servizio**, destinato a contraddistinguere un'attività di prestazioni verso terzi, il quale individua non prodotti, ma servizi offerti al mercato. Tale distinzione rimane però solo terminologica, non esistendo in pratica alcuna differenza nella normativa di tutela delle diverse tipologie.
- d) **Marchio di forma** o tridimensionale. Fra i segni che possono costituire oggetto di valido marchio, la Legge sui marchi annovera la forma del prodotto o della sua confezione. La possibilità di proteggere delle forme, ha modi e requisiti identici a quelli richiesti per le altre tipologie di marchio. Pertanto, non sarebbe registrabile come marchio una forma di contenitore per aranciate riprodotte un'arancia, perché descrittivo del prodotto, e dunque privo di capacità distintiva. Va inoltre evidenziato che *“una forma può essere validamente registrata come marchio nel solo caso in cui essa sia inconsueta, arbitraria, di mera fantasia (o meglio gratuita, capricciosa), ed ad essa siano del tutto estranei dei compiti estetici o funzionali, o comunque di utilità particolare”*. Ne consegue l'esclusione dalla registrabilità di un marchio di forma che presenti un valore funzionale o ornamentale, anche se allo stesso tempo sia riscontrabile un valore distintivo in merito alla provenienza del prodotto. Difatti, possibili caratteri funzionali o di utilità farebbero ricadere il marchio sotto la differente tipologia dell'invenzione o del modello di utilità o ancora del disegno o modello. A tal proposito la bottiglia troncoconica dell'aperitivo Campari Soda, come pure la bottiglia della Coca Cola, è stata ritenuta registrabile, in quanto si è ritenuto che la sua forma fosse strettamente connessa ai criteri menzionati di arbitrarietà o fantasia, piuttosto che a funzioni di ornamento o di utilità.



e) **Marchio collettivo.** I marchi collettivi non vanno confusi con i cosiddetti marchi individuali. Mentre questi sono destinati a collegare un prodotto od un servizio ad una determinata impresa, i marchi collettivi svolgono una funzione di garanzia. I regolamenti concernenti l'uso dei marchi collettivi, che devono prevedere norme di controllo della qualità e le relative sanzioni, devono essere necessariamente allegati alla domanda di registrazione ed ogni eventuale modifica dev'essere comunicata all'Ufficio Italiano Brevetti (UIBM).

L'Accordo di Madrid ha introdotto la procedura della registrazione internazionale dei marchi. Questa procedura permette di proteggere un marchio in uno o più dei Paesi aderenti a tale Accordo, tramite un singolo deposito, compilato in una sola lingua e presso un unico ente: l'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (OMPI). I Paesi ad oggi aderenti all'Accordo sono i seguenti: Albania, Algeria, Armenia, Austria, Azerbaijan, Benelux, Bulgaria, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Cina, Cuba, Egitto, Francia, Italia, Kenya, Lesotho, Croazia, Slovenia, Ucraina, Kazakistan, Lettonia, Liberia, Liechtenstein, Marocco, Mozambico, Portogallo, Principato di Monaco, Germania, Repubblica Popolare Democratica di Corea, Romania, Sierra Leone, Spagna, Sudan, Svizzera, Swaziland, Ungheria, Federazione Russa, Bielorussia, Repubblica Mongola, Vietnam, Macedonia, Moldavia, Tadjikistan, Uzbekistan, Bosnia-Erzegovina, Kirgizistan, Jugoslavia, Polonia e San Marino.

Il regolamento Ce 40/94 del 20 dicembre 1993, modificato in parte del regolamento n. 3288/94 del 22 dicembre 1994, ed uf-



ficialmente operativo dal 1° aprile 1996, ha istituito il Marchio comunitario. L'Ufficio per l'Armonizzazione nel Mercato Inter-  
no (UAMI), con sede ad Alicante (Spagna), è l'ufficio atto a ri-  
cevere le domande di marchi comunitari e a rilasciare l'ineren-  
te concessione. Le lingue ufficiali previste per l'adozione di tale  
strumento di deposito sono italiano, inglese, francese, tedesco  
e spagnolo. Con un marchio comunitario è possibile ottenere  
la protezione legale di un segno distintivo, per dieci anni a par-  
tire dalla data di deposito della domanda, automaticamente in  
tutti i quindici Paesi aderenti all'Unione Europea (UE), me-  
diante il deposito di un'unica domanda. Di tale procedura van-  
no evidenziati alcuni rischi. Secondo il regolamento attual-  
mente vigente, se a seguito dell'esame la domanda di marchio  
non fosse accettata per qualunque motivo (ad esempio la pree-  
sistenza di un marchio nazionale in uno dei Paesi aderenti),  
quest'ultima sarebbe rigettata per tutti i paesi dell'UE ed il tito-  
lare del marchio sarebbe costretto ad attivare una procedura di  
conversione, vale a dire a presentare delle singole domande in  
ciascun paese con un evidente incremento dei costi. Per la tito-  
larità del marchio Comunitario, va inoltre, segnalata l'assenza  
di limitazioni di cittadinanza, residenza o eventuale sede della  
società in ambito UE, in quanto estesa alla totalità dei soggetti  
interessati”.

Conclusioni affidate ancora a D'Alessandro sul tema “*Innova-  
zione, brevetto, marchio, marketing: una filiera coerente*”. L'esperto  
dell'agenzia Carsa ha infatti spiegato che “La tutela dei diritti  
sulla proprietà intellettuale è diventato uno dei compiti di mag-  
gior rilievo della nuova Organizzazione Mondiale del Com-  
mercio (World Trade Organization – WTO), la cui istituzione  
è stata sancita da nuove norme a conclusione dei negoziati di  
Marrakech dell'Accordo GATT. La protezione a livello interna-  
zionale dei risultati connessi alla tecnologia utilizzata, alla crea-  
tività ed all'inventiva è un fattore cruciale per la competitività  
delle imprese nel commercio nell'ambito dell'economia mon-  
diale. I cosiddetti “Intellectual Property Rights” sono i nuovi  
strumenti della penetrazione sui mercati esteri e la loro tutela è  
al centro dei rapporti commerciali internazionali e diplomatici  
La WTO emana norme che regolano il commercio e i servizi  
commerciali e regola gli accordi sulla proprietà intellettuale,  
sotto l'aspetto commerciale attraverso l'Accordo TRIPs che di-  
sciplina le aree dei diritti di proprietà intellettuale (brevetti,  
marchi, indicazioni geografiche, diritto d'autore, disegni indu-  
striali, progetti dei circuiti integrati, informazioni riservate, di-  
ritti dei paesi confinanti), svolgendo in particolare le seguenti  
funzioni: fissazione di standards minimi di tutela per i Paesi  
membri; definizione dei diritti garantiti da questa protezione;  
determinazione delle possibili eccezioni all'applicazione delle  
norme. Nel nuovo contesto internazionale è necessario che i  
brevetti e i marchi diventino una componente essenziale della  
cultura aziendale sia dal punto di vista della tutela, sia dal pun-  
to di vista delle possibilità di trasferimento tecnologico, sia dal  
punto di vista delle strategie di marketing e commercializza-  
zione ad essi direttamente collegabili”. **CE**

# Honda Italia Industriale SpA

di Serena Giannico



“Nel 1971 sarà senz’altro sembrato un azzardo realizzare un grosso stabilimento in una zona a vocazione prevalentemente agricola, vicina sì al mare e alle sue opportunità, ma lontana da altre industrie. Eppure, questa sfida si è dimostrata vincente e, oggi, accanto e grazie all’insediamento Honda, è cresciuto un sistema di imprese specializzate, che gravitano attorno ad un’azienda divenuta fautrice del progresso del territorio”. Così il presidente del Senato, Franco Marini, racconta i primi 35 anni della Honda Italia Industriale Spa, che ha il cuore pulsante ad Atessa; che rappresenta, nel nostro Paese, il più grande costruttore di veicoli a due ruote; che è il maggiore sito europeo del colosso nipponico. E per cui Kato Masaaki, direttore esecutivo della Honda Motor Company, lancia una sfida: “Faremo di questa realtà la più importante al mondo per la produzione di moto e scooter. Essa, inoltre, diventerà la migliore in assoluto in termini di qualità e avanzata tecnologia. È stato già pianificato”.

L’avventura, in una distesa di orti, pescheti, uliveti, vigneti e braccia possenti di piccoli coltivatori e che viene da più parti definita “valle della morte”, inizia, per volere di Soichiro Honda, con 110 dipendenti. Attualmente si contano 1.100 addetti e 2 mila sono i lavoratori dell’indotto, racchiuso tutto nel consorzio Cisi, con ventuno aziende che vantano un fatturato complessivo di 91 milioni di euro. “La crescita, per produzione e immagine, è avvenuta ad un ritmo incalzante e che non ha temuto confronti”. Dalla nascita ad oggi, in totale, dalla fabbrica abruzzese sono usciti oltre 4 milioni di mo-





tori per moto e power (rasaerba) e oltre un milione 700 mila di veicoli a due ruote. Fiore all'occhiello, nel settore moto, sono la Hornet 600 con oltre 80 mila unità realizzate per il mercato italiano ed europeo, e lo scooter SH 125/150 con poco meno di 200 mila pezzi. Questi sono i bestseller del made in Italy e da anni sono i modelli più richiesti e venduti in Europa. "Per comprendere la portata degli obiettivi raggiunti - evidenzia Keita Muramatsu, presidente di Honda Italia - basti pensare che nel 1977 la produzione annuale era di 2.800 moto (quantità che oggi "sforniamo" in tre giorni), mentre adesso è di 170 mila, con una media quotidiana di 900 mezzi che escono dalle catene di montaggio".





“Il nostro – spiega Silvio Di Lorenzo, vice presidente della Honda Italia e presidente dell’Associazione industriali di Chieti - è stato il primo stabilimento della Val di Sangro e, va sottolineato, il primo di una lunga serie. Ha, infatti, innescato un ciclo virtuoso che ha trasformato quest’area tra le più attive, efficienti e dinamiche in Italia. Ha giocato un ruolo di traino grazie alla sua politica di sviluppo e di integrazione nell’ambito in cui si muove. Il nostro percorso, in continua ascesa, è dimostrato dalle cifre: nel 1980 il fatturato era di 40 milioni di euro ed eravamo al 700esimo posto tra le società italiane. Ora è di 785 milioni e ci colloca al 157esimo posto tra le aziende operanti nel Paese. Per quanto riguarda gli investimenti fino al 1980 abbiamo speso circa 6 milioni di euro. Dal 1996 abbiamo avuto una forte accelerazione fino a toccare gli odierni 138 milioni di euro. Abbiamo tagliato traguardi eccellenti – viene aggiunto - ma non possiamo abbassare la guardia. Se pensiamo che in precedenza il vantaggio era rappresentato dagli incentivi statali, dalla domanda di lavoro superiore all’offerta, da mercati di sbocco ricettivi, ci rendiamo conto che il contesto è completamente cambiato. Viviamo una fase nuova – fa presente Di Lorenzo - dove i fattori strategici di competitività sono l’eccellenza nella qualità, il rispetto dell’ambiente, la ricerca e l’innovazione, l’internazionalizzazione dei fornitori e, soprattutto, la valorizzazione delle risorse umane”. Ma Di Lorenzo va oltre: “La fase di industrializzazione che ha accompagnato la trasformazione della provincia di Chieti nell’ultimo quarto di secolo – afferma - ha assunto quasi un carattere di “saturazione”, nei prodotti e nei mercati. Basta guardarsi intorno per capire che focolai di crisi si sono già accesi. Per ciò non possiamo abbassare la guardia e dobbiamo lavorare duro, formulando strategie adeguate e soprattutto rafforzando le sinergie, perché da soli è difficile perseguire qualsiasi obiettivo!”.



*Il Presidente del Senato Franco Marini e il Presidente della Regione Abruzzo Ottaviano Del Turco tra Masaaki Kato, Presidente e Direttore della Honda U.K. Manufacturing Ltd. e Silvio Di Lorenzo, Vicepresidente Honda Italia.*

Riflette, infine, Di Lorenzo: “Il segreto dello sviluppo imprenditoriale risiede nella capacità di elevare le competenze presenti sul territorio. Il ciclo virtuoso legato a tale aspetto, passa per un rapporto sempre più stretto, strutturato e stabile fra aziende e formazione. Per questo motivo voglio ribadire la necessità di intensificare la presenza di facoltà scientifiche e di istituti tecnici e professionali nelle aree dove l’industrializzazione è più marcata”. 



<b>HONDA ITALIA INDUSTRIALE S.p.A.</b>				
<b>DATI PRINCIPALI</b>				
<b>ANNI</b>				
	<b>fino al 1980</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>	<b>2006</b>
Fatturato	270 Mil.	172	592	785
Investimenti	6,1 Mil.	12	80	138
Dipendenti	190	369	764	1100
Quantità 2W	90.000	190.000	980.000	1.700.000
Quantità Motori	90.000	207.000	1.480.000	4.100.000
Certificazioni ISO		Qualità ISO 9001	Ambiente ISO 14001	Sicurezza OHSAS 18000
Ambiente		Azione sul riciclo	60% di Riciclo	Impianto abbattimento VOC
Indotto per Sub-fornitura		Creazione Consorzio CISI	N° Aziende: 11 Fatturato: 34 Mil.	N° Aziende: 21 Fatturato: 92 Mil.
Sicurezza			ABS /CBS a richiesta	100% ABS/CBS entro il 2008
Quota di mercato immatricolato			23% primo posto	21% primo posto

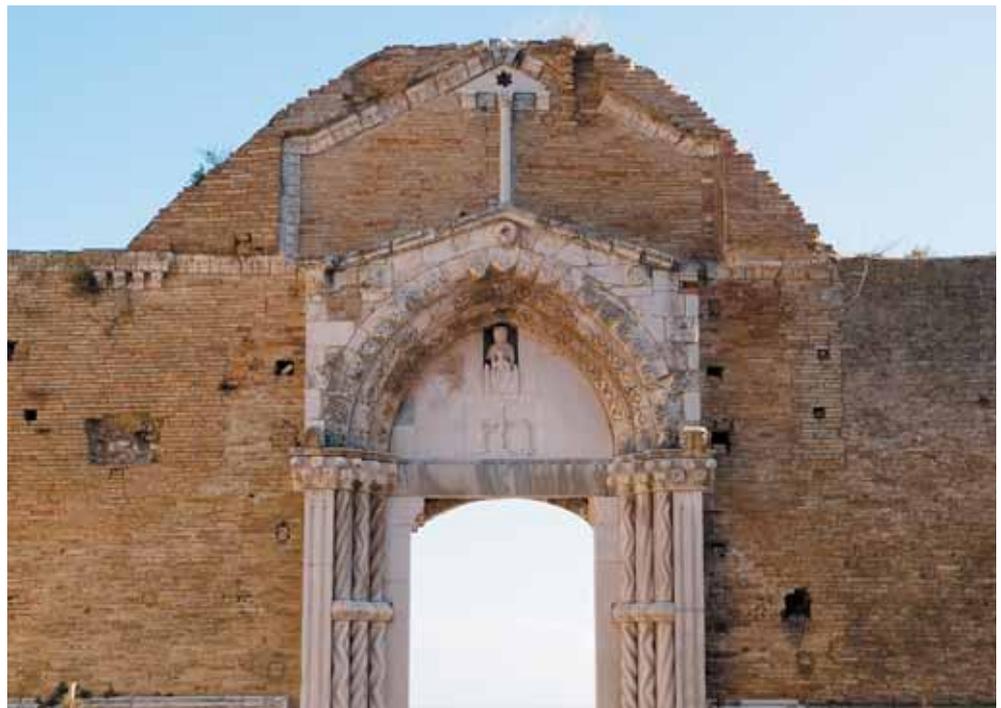


# Vasto tra arte e fede

## Itinerari insoliti alla scoperta di piccole e grandi chiese

di Brunella Fratini

Monumentali e maestose quelle del centro storico, piccole e raccolte quelle delle zone rurali, colorate e moderne nella nuova periferia, nella loro diversità le chiese di Vasto raccontano il passato della città con una delicata suggestione. Tutto il territorio metropolitano sembra infatti imbevuto di un profondo misticismo che si manifesta nella cura e nella valorizzazione di ventisei “luoghi sacri” che attraggono il turismo religioso. È un percorso interessante, da seguire in qualsiasi periodo dell’anno, che attraversa i vicoli del centro storico e si disperde tra le colline e la periferia, che lascia intravedere un profilo turistico insolito per questa nota località balneare. In questa città arte e tradizione si mescolano alla fede e molti sono gli aneddoti che rivelano una grande partecipazione del popolo, almeno ideale, alle vicende che hanno caratterizzato questi luoghi. Storica è per esempio la contrapposizione tra i fedeli frequentatori di San Pietro e quelli di Santa Maria e fino al secolo scorso la rivalità tra le parrocchie era tale, da creare simpatici e significativi episodi. Oggi risalendo via Adriatica, in un punto panoramico tra i più belli della città, si nota solo ciò che resta dell’antica basilica di San Pietro in Carcere che la leggenda vuole essere stata edificata sui resti di un tempio dedicato a Cerere. Un luogo di culto molto caro ai vastesi, che oggi malinconicamente legano San Pietro al tragico evento della frana del 1956, che distrusse non solo le splendide volte e gli affreschi ma anche gran parte della collina sulla quale si affacciava. A



memoria dell'evento restano oggi la campana ed il portale in stile romanico che si apre sul golfo in un panorama mozzafiato. Prima della frana al suo interno erano conservate importanti testimonianze di arte sacra conservate oggi nella Pinacoteca di Palazzo D'Avalos come l'*Ecce Agnus dei* ed *Il purgatorio* di Filippo Palizzi, la *Pietà*, *San Francesco* e *L'invenzione della croce* di Nicola Tiberi.

Molto interessante da un punto di vista turistico e culturale è la chiesa di Santa Maria Maggiore, dell'XI secolo ma restaurata nel XVIII, considerata ancora oggi la maggiore delle chiese vastesi. Un tempo sede del Monastero benedettino di San Giovanni in Venere, situata nel cuore del centro storico accoglie al suo interno i resti di San Cesario, importante sepolcro che ogni anno attira centinaia di visitatori oltre che le spoglie di alcuni componenti della famiglia D'Avalos. Ma una cappella in fon-



do alla navata centrale è conservata la più importante delle sacre reliquie delle chiese vastesi, cioè una delle spine della corona di Cristo, importantissimo dono fatto da Pio IV ad Alfonso D'Avalos. La tradizione vuole che nell'intervallo tra l'ora sesta e la nona del venerdì santo, la sacra spina fiorisca coprendosi all'apice di lanugine bianca. La leggenda dice che una scarsa fioritura della spina indica un cattivo presagio per i raccolti nelle campagne. Molto suggestiva risulta la processione in onore di questa reliquia, che ogni anno si svolge il venerdì precedente alla domenica delle palme attirando centinaia di visitatori, nella quale alcuni fedeli per invocare una grazia o sciogliere un voto seguono la processione a piedi nudi portando dei grossi ceri.

Un aneddoto racconta che durante un incendio del 1645 che causò danni gravissimi alla chiesa, la reliquia venne portata in salvo da uno schiavo turco, che per il suo coraggio riuscì ad ot-





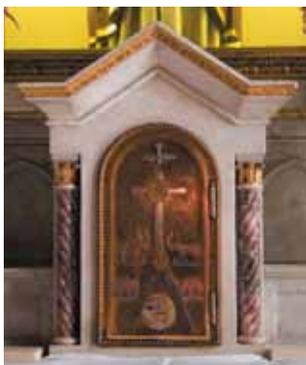
tenere la libertà per volere del popolo. Un affresco, sulla volta della navata maggiore ricorda proprio quell'episodio. Continuando la passeggiata e scoprendo anche negli angoli più nascosti la presenza di piccole chiese di quartiere, ciò che colpisce il visitatore non sono solo le magnificenze monumentali ma piuttosto le significative atmosfere: il silenzio, l'ispirazione e l'immobilità degli oggetti le ricoprono di un denso misticismo. Il silenzio per esempio, insieme a quelle pennellate di luce dorata riflessa sulle pareti riempiono gli spazi, creando ombre antiche rendendo affascinanti e mistiche le foto. Le parole dei fedeli sussurrate in controluce nei momenti di preghiera fanno sembrare questi scenari abbandonati dal tempo, densi di sacralità, rispetto ed ispirazione.

Attraversando piazza Pudente lasciandosi alle spalle il Palazzo D'Avalos e andando verso piazza Rossetti, non si può non essere colpiti dalla splendida luce di un rosone come quello della cattedrale di San Giuseppe, che al tramonto si accende di colori grazie alle sue vetrate. Il bellissimo duomo affacciato sulla principale piazza cittadina sembra risalire alla fine del dodicesimo secolo sulle spoglie di un'altra chiesa che la tradizione vuole attribuire all'impegno di Rotando Palatino, il quale intitolò l'edificio a Santa Margherita. Nella facciata a capanna venne incastonato il portale del 1293, sul quale è riportata la data ed il nome del costruttore Mastro Ruggero de Fragenis. Venne edificata poi nel '300 inglobando il già esistente convento di Sant'Agostino e la leggenda vuole, che al di sotto della cattedrale si trovi una cripta con le spoglie del santo. Tanti cimeli provano la magnificenza e lo splendore architettonico ed artistico di cui era provvisto il convento di Sant'Agostino del qua-



le si conosce l'esistenza ma non il luogo esatto. Nel giugno 1994, nel corso di lavori di scavo per restauro condotti sotto la direzione della Soprintendenza di Chieti, nella parte nord est sono stati riportati alla luce tracce di pavimenti sovrapposti in mattoni messi in opera a spina o verticalmente, in più strati, il che fa supporre che, nel corso dei secoli, siano state effettuate costruzioni in sovrapposizione e con diverse tecniche. Inoltre sembra che prima ancora del convento, su quel sito sorgesse la chiesa di San Salvatore, poiché alcuni rinvenimenti precedenti di frammenti di stucchi, fanno supporre un elemento di cerniera fra l'antico abitato di San Pietro ed il nuovo abitato medioevale del quartiere di Santa Maria Maggiore.

Interessanti da conoscere sono anche i racconti che legano i vastesi al loro Santo patrono la cui statua è conservata nella chiesa di S. Michele del 1575 alle spalle della Villa comunale. La leggenda riportata dalle cronache seicentesche dice che nel 1657, solo grazie all'aiuto di San Michele Arcangelo la città fu risparmiata dal flagello della peste e ancora oggi la devozione è molto sentita. L'interno, a pianta ottagonale, è ricco di statue raffiguranti gli angeli descritti nei libri sacri, tra i quali pri-



mezza la statua del santo protettore, abbellita da collane e monili, offerti dalla popolazione come ex-voto. L'altare maggiore è in legno dorato con oro zecchino, opera di ignoto artista veneziano del secolo XVII. Il piazzale antistante si affaccia sul bellissimo golfo, che contribuisce a dare a questa chiesa un fascino molto particolare.

Superate le Terme e via Adriatica meglio conosciuta come "muro delle lame" si innalza un'altra chiesa importante dedicata a Sant'Antonio da Padova. Edificata nel XIV, di quel periodo conserva ancora l'aspetto esterno e mentre l'esterno dà al visitatore un senso d'incompiuto, l'interno è stato interamente re-



staurato mescolando le tracce del barocco settecentesco all'impianto gotico della sua fondazione. Questa chiesa ha visto in passato importanti avvenimenti come il Giubileo istituito da Papa Alessandro III, il quale si fermò a Vasto nel 1177 mentre si recava a Venezia per mediare sulla pace tra Barbarossa ed i Comuni. Un privilegio approvato da Pio VI il 12 dicembre del 1777, che ancora oggi si ricorda nella terza domenica di gennaio. Tra le opere custodite al suo interno, notevoli sono il Crocifisso realizzato da Giacomo Colombo ed il reliquario.

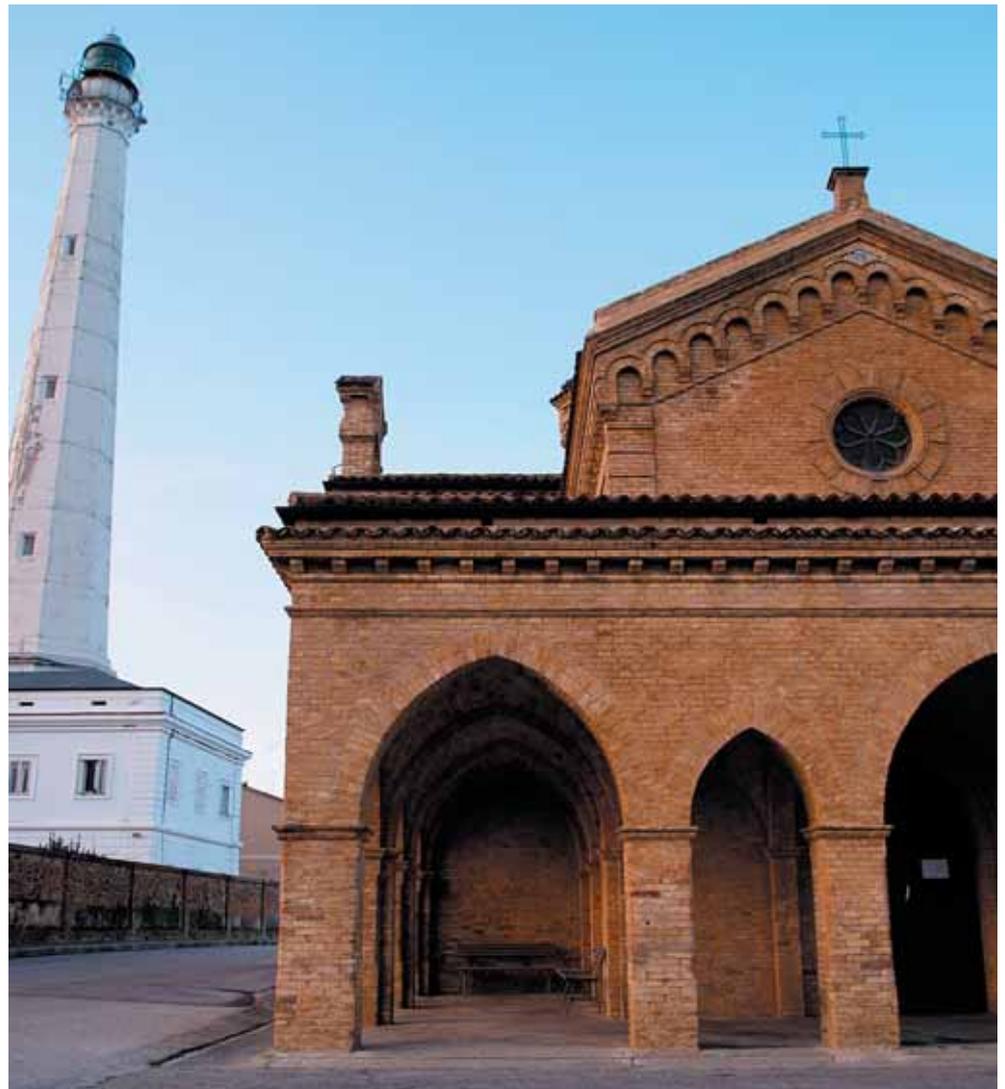
Tra i palazzi del quartiere di Portanuova si nasconde un altro gioiello molto caro ai vastesi, recentemente ristrutturato ma non sempre aperto al pubblico. La chiesa della Madonna del Carmine con il suo carattere monumentale, celebra un luogo d'incontro culturale molto importante nel quale anticamente sorgeva la chiesa di *San Nicola degli Schiavoni*. La struttura attuale dalla pianta a croce greca richiama il gusto neoclassico del progetto di Mario Gioffredo del 1761, al suo interno conserva dipinti neoclassici come l'*Estasi di Santa Teresa d'Avila* ed il *Crocifisso* del napoletano Fedele Fischetti. Poco distante dall'edificio, che anticamente inglobava anche il palazzo della Curia arcivescovile realizzata verso la metà del '700, imboccando via dei Laccetti si nota una piccola chiesa del 1712 chiamata "della Trinità". A pochi passi dalla cattedrale e affacciata su piazza Rossetti si trova un altro esempio di architettura del XVII sec. La bella chiesa, intitolata a San Francesco da Paola in passato, è stata oggetto di assidue cure da parte dei D'Avalos. All'interno antiche e pregevoli pitture di cui una muraria dedicata alla Vergine.





### Le altre

Da visitare nel centro cittadino sono anche la chiesetta dell'Annunziata centro storico, la **cappella del SS. Crocifisso** annessa all'Istituto Figlie della Croce in via Madonna dell'Asilo, **Cappella di Santa Maria di Costantinopoli** all'interno di una pittoresca corte campagnola a ridosso della Villa D'Aragona, la chiesa della **Madonna delle Grazie** via Roma, **Santa Filomena** in via Anelli, **San Giovanni Bosco** via S.G. da Capestrano, **San Marco Evangelista** in via Madonna dei Sette Dolori, **San Paolo Apostolo** in via Ritucci Chinni, **Sant'Anna** detta anche chiesa delle mamme in piazza Sant'Anna, **Santa Filomena** via Anelli. In Periferia invece troviamo la chiesetta della **Maddalena** situata nell'omonima strada, **Maria SS. Incoronata** e il bellissimo convento dei Cappuccini in via Incoronata, **San Francesco** ed il convento **Stella Maris** a Vasto Marina, **San Lorenzo** in via S. Lorenzo, **San Nicola** in via S. Lucia su una minuscola spianata da cui si ammira uno splendido panorama. **Sant'Antonio Abate** in via S. Antonio, **Sant'Onofrio** ed il convento annesso nei pressi della circonvallazione Histoniense e la graziosa chiesetta **di Santa Maria di Pennaluce** nei pressi del faro di Punta Penna. 



## Il nuovo sistema degli aiuti di Stato

La Commissione europea ha definito la nuova struttura del sistema degli aiuti di Stato adottando il pacchetto delle regole applicabili dal 2007 al 2013.

Queste consistono nel:

- regolamento (Ce) n. 1628/2006 della Commissione europea, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale UE (GUUE) L302 del 24 ottobre 2006 relativo alla "applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato agli aiuti di Stato per investimenti a finalità regionale".
- regolamento (Ce) n. 1627/2006, pubblicato in pari data, che modifica "il regolamento (Ce) n. 794/2004 relativamente ai moduli standard per la notifica degli aiuti";
- regolamento di esenzione della Commissione n. 1857/2006, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale UE L 358 del 16/12/2006, che autorizza senza notifica diverse tipologie di aiuto rispondenti ai criteri fissati nel regolamento, a beneficio delle PMI attive nel settore della produzione primaria di prodotti agricoli;
- nei nuovi Orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo e forestale 2007-2013 pubblicati in GUUE C 319 del 27/12/2006 che stabiliscono i criteri di compatibilità degli aiuti notificati;
- regolamento (Ce) n. 1998/2006 della Commissione pubblicato sulla GUUE L379 del 28 dicembre 2006 relativo alla "applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato agli aiuti d'importanza minore (*de minimis*)".

Aiuti di Stato a finalità regionale. In nove articoli e due allegati, il regolamento traccia la struttura del complesso di regole per gli aiuti di Stato a finalità regionale per gli investimenti, tenendo conto delle nuove linee guida 2007-2013 che disciplinano questo particolare settore.

a cura dell'Agenzia  
di Sviluppo  
Azienda Speciale  
C.C.I.A.A. di Chieti  
Euro Info Centre IT383  
desk Chieti



EIC ABRUZZO - IT 383





Rientrano nella normativa denominata esenzione di sbocco, i regimi di aiuto cosiddetti *trasparenti*, quelli per i quali è possibile calcolarne esattamente il valore senza dover effettuare una valutazione di rischio e che vedono gli Stati membri esonerati dall'obbligo di notifica; parimenti interessati dal regolamento sono gli aiuti ad hoc, aiuti individuali che non sono concessi in base ad un regime di aiuti.

L'esenzione dall'obbligo di notificazione si estende a tutti gli aiuti che, esplicitando il riferimento espresso al regolamento, ne soddisfano tutte le condizioni.

Restano, invece, soggetti all'obbligo di avviso i regimi non trasparenti di aiuti per investimenti a finalità regionale; i regimi di aiuti a finalità regionale destinati a specifici settori di attività economica nel ramo manifatturiero o dei servizi, gli aiuti destinati al funzionamento, sulla base dell'importo complessivo, quelli a favore di grandi progetti di investimento concessi sulla base di regimi di aiuti esistenti, alcuni specifici aiuti ad hoc a finalità regionale, nonché quelli concessi ad un beneficiario destinatario in precedenza di un aiuto considerato illegale o incompatibile con il mercato comune.

Il regolamento non si applica ai settori della *pesca e acquacoltura*, della *costruzione navale*, dell'*industria carbonifera*, della *siderurgia* e delle *fibresintetiche*.

Con il nuovo regolamento se le sovvenzioni concesse sono conformi alle nuove linee guida e, naturalmente, alle mappe nazionali delle aree cui possono essere concessi sussidi nel periodo 2007-2013, gli Stati membri dell'Unione europea non dovranno attendere l'autorizzazione della Commissione.

Da ultimo, il regolamento si applica ai regimi di aiuti in atto o a cui verrà data esecuzione dopo il 31 dicembre 2006 e resterà in vigore fino al 31 dicembre 2013.

Aiuti di Stato al settore agricolo. Il campo di applicazione è da-



<sup>1</sup> Alle imprese con meno di 750 dipendenti e/o un fatturato inferiore a 200 milioni di euro si riconoscono, infatti, intensità di aiuto del 25% nelle aree 87,3,a) e del 20% nelle altre zone, da autorizzare a seguito di notifica.

to dalle attività di produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato, con l'eccezione data nel settore della trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli dove gli aiuti verranno erogati in base alle regole del settore industriale, pur con alcune peculiari differenze<sup>1</sup>.

Gli aiuti saranno concessi solo per attività realizzate o servizi ricevuti dopo l'istituzione e la pubblicazione del regime, se non si tratta di un aiuto singolo, e in ogni caso dopo la presentazione della domanda all'autorità competente e dopo che questa l'ha accettata con modalità tali da obbligarla a concedere l'aiuto, con indicazione chiara dell'importo da erogare o delle modalità di calcolo dello stesso.

Le intensità di aiuti previste dal regolamento di esenzione o autorizzate dalla Commissione costituiscono i massimali al cumulo di un'agevolazione con aiuti *de minimis*, con altri aiuti di Stato o con contributi degli Stati membri che costituiscono la quota di competenza nazionale di finanziamenti comunitari allo sviluppo rurale o anche con contributi di origine comunitaria.

#### **CATEGORIE DI AIUTI PER IL SETTORE AGRICOLO PREVISTE DAL REGOLAMENTO DI ESENZIONE**

*Investimenti nelle aziende agricole*

*Conservazione di paesaggi e fabbricati tradizionali*

*Trasferimento di fabbricati agricoli nell'interesse pubblico*

*Insiadamento di giovani agricoltori*

*Prepensionamento*

*Organizzazioni di produttori*

*Fitopatie, epizozie ed infestazioni parassitarie*

*Perdite dovute ad avversità atmosferiche*

*Pagamento di premi assicurativi*

*Ricomposizione fondiaria*

*Produzione di prodotti agricoli di qualità*

*Assistenza tecnica*

*Sostegno al settore zootecnico*

Quanto alle intensità degli aiuti, quelle agli investimenti saranno del 50% nelle zone svantaggiate o assimilabili e del 40% nelle altre zone, con maggiorazioni per progetti realizzati da giovani agricoltori o a fronte di costi aggiuntivi per il superamento dei requisiti comunitari minimi in materia di ambiente, condizioni igieniche o benessere degli animali.

Nel nuovo regolamento non figurano più alcune condizioni vincolanti quali la prova degli sbocchi di mercato, la verifica che la capacità produttiva non aumenti, i limiti all'acquisto di attrezzature di seconda mano, nonché i criteri concernenti la redditività dell'impresa, la competenza professionale dell'agricoltore, il rispetto dei requisiti minimi in materia di ambiente e benessere degli animali. Tuttavia, se l'aiuto ad un'impresa eccede i 400.000 euro su un periodo corrispondente a tre esercizi (500.000 nelle zone svantaggiate o assimilabili), occorrerà procedere a notifica.





Differenziandosi dal precedente regolamento 1/2004, il 1857/2006 prevede, tra gli aiuti compatibili, alcune misure di sostegno a specifici tipi di rischi e di crisi peculiari della produzione primaria in agricoltura, come ad esempio le *fitopatie, epizozie e infestazioni parassitarie* i cui costi possono essere compensati con aiuti anche del 100%, da erogarsi in natura sotto forma di servizi agevolati, nel quadro di un programma pubblico di controllo. In questo contesto le *avversità atmosferiche assimilabili a calamità naturali* potranno essere indennizzati fino al 90% dei danni subiti da piante, animali e fabbricati e attrezzature aziendali. Tuttavia dal 2010 la compensazione offerta sarà dimezzata se l'agricoltore non si è assicurato e dal 2011 gli aiuti per perdite dovute alla siccità potranno essere versati solo dagli Stati membri che avranno previsto il recupero integrale dei costi dei servizi connessi all'impiego di acqua in agricoltura di cui alla direttiva quadro 2000/60/CE sulla gestione idrica.

Resta l'incompatibilità degli aiuti per il pagamento di *premi assicurativi* relativamente a polizze che coprono le perdite per avversità atmosferiche e/o dovute a epizozie, fitopatie ed infestazioni parassitarie, con intensità di aiuto massime dell'80% nel primo caso e del 50% nel secondo.

Continuano ad essere ammissibili in esenzione anche gli aiuti per i prodotti di qualità e le prestazioni di assistenza tecnica, con intensità fino al 100%, a condizione che gli aiuti siano erogati in natura sotto forma di servizi agevolati e non comportino pagamenti diretti in denaro ai produttori; è comunque esclusa la possibilità di erogare aiuti di questo tipo alle grandi imprese.

Nel complesso delle misure di sostegno al settore zootecnico rientrano gli aiuti per la rimozione e la distruzione dei capi morti e delle carcasse e per la copertura dei costi per i test TSE, stante un programma nazionale coerente che consenta di monitorare e garantire lo smaltimento sicuro dei capi morti negli Stati.





Anche in questo caso gli aiuti non potranno comportare pagamenti diretti in denaro ai produttori e non potranno essere destinati alle grandi imprese.

Il ricorso alle misure previste dal regolamento di esenzione impone agli Stati membri di trasmettere alla Commissione la sintesi delle informazioni almeno 10 giorni lavorativi prima dell'entrata in vigore del regime o della concessione dell'aiuto.

Restano *soggette a notifica* le seguenti tipologie di aiuto che potranno essere autorizzate dalla Commissione previa valutazione in base ai criteri che figurano negli Orientamenti:

- aiuti per gli impegni agroambientali e per il benessere degli animali, le indennità Natura 2000 e connesse all'attuazione della direttiva sulle acque 2000/60, nonché le indennità volte a compensare gli svantaggi naturali in determinate regioni;
- aiuti per il rispetto di requisiti obbligatori che comportino maggiori costi o perdite di profitto nel limite di 12.000 euro per azienda;
- aiuti per la chiusura di capacità di produzione.

Gli *aiuti alla pubblicità di prodotti agricoli* di cui all'allegato I del trattato costituiscono un ulteriore capitolo di aiuti che non beneficiano dell'esenzione ma possono essere autorizzati dalla Commissione. In questo caso verranno giudicati compatibili gli aiuti per campagne pubblicitarie che riguardino prodotti marchiati DOP, IGP, o altre denominazioni di origine protette in virtù della normativa comunitaria oppure per marchi di qualità nazionali o regionali, purché, in tal caso, il riferimento all'origine sia secondario nel messaggio pubblicitario; la campagna non dovrà inoltre focalizzarsi sui prodotti di una o più imprese determinate. L'aliquota massima è del 50%, estendibile al 100% in caso di campagne pubblicitarie generiche dei cui effetti beneficiano tutti i produttori di quel tipo di prodotto.

Anche gli aiuti a favore della pubblicità nei paesi terzi saranno autorizzati, purché non siano concessi ad imprese determinate e non siano suscettibili di danneggiare le vendite o denigrare i prodotti originari di altri Stati membri.





Non verranno invece più autorizzati in alcun modo dalla Commissione gli aiuti sotto forma di prestiti agevolati a breve termine: è di conseguenza abrogata la Comunicazione della Commissione del 1996 anche se resta la possibilità di erogare questi aiuti sulla base del regime *de minimis*.

Da ultimo, gli Orientamenti attuali prevedono, per il settore forestale, che, fermo restando al possibilità di continuare ad applicare all'ambito forestale le discipline comuni a tutti i settori, tra cui il principio *de minimis*, possano essere autorizzati previa notifica aiuti supplementari, con intensità anche del 100% per azioni che contribuiscano "alla manutenzione e al miglioramento delle foreste e alla promozione della loro funzione ecologica, protettiva e ricreativa". Tale previsione non riguarda le industrie collegate alla silvicoltura e quelle della trasformazione del legno in altri prodotti o a fini di produzione energetica, cui tuttavia potranno applicarsi le norme comuni.

Gli aiuti *de minimis*. Il nuovo regolamento di riferimento si sviluppa in sei articoli nei quali sono indicati nell'ordine, il campo di applicazione, le caratteristiche degli aiuti d'importanza minore *de minimis*, il controllo sul rispetto delle condizioni richieste per l'erogazione di questo specifico aiuto, affidato alla Stato membro, le modifiche apportate rispetto al regolamento 1860/2004, le misure transitorie previste, l'*entrata in vigore* e il periodo di validità.





Il documento introduce alcune significative novità tra le quali l'estensione del campo di applicazione alle imprese di trasporti ed alle imprese attive nel settore della trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli (precedentemente escluse), la non cumulabilità con altre agevolazioni nel caso in cui l'intervento in *de minimis* porti ad una intensità di aiuto superiore a quella stabilita dalla UE, la possibilità di regolare in *de minimis* anche gli aiuti erogati in forma di garanzia, purché questa non superi l'80% del prestito e fissando in 1,5 milioni di euro il limite massimo della parte garantita del prestito concesso (tale limite è ridotto a 750.000 Euro in caso di imprese di trasporto su strada).

Ulteriore elemento innovativo risiede nell'*importo complessivo degli aiuti de minimis* concessi ad una medesima impresa che ora *non deve superare i 200.000 euro nell'arco di tre esercizi finanziari*, mentre quello concesso ad un'impresa attiva nel settore del *trasporto su strada* non deve superare i 100.000 euro sempre nell'arco di tre esercizi finanziari e con l'esclusione degli aiuti destinati all'acquisto di veicoli. In caso di agevolazioni costituite da finanziamenti a tasso agevolato, l'importo del beneficio dovrà essere calcolato come differenziale rispetto al tasso di interesse praticato sul mercato al momento della concessione (nella regolamentazione precedente del 1999, il calcolo del differenziale era effettuato rispetto al tasso di riferimento comunitario).

Tali massimali si applicano a prescindere dalla forma dell'aiuto *de minimis* o dall'obiettivo perseguito ed a prescindere dal fatto che l'aiuto concesso dallo Stato membro sia finanziato interamente o parzialmente con risorse di origine comunitaria.

Il periodo viene determinato facendo riferimento agli *esercizi finanziari* utilizzati dall'impresa nello Stato membro interessato.

Qualora l'importo complessivo dell'aiuto concesso nel quadro di una misura d'aiuto superi il suddetto massimale, tale importo d'aiuto non può beneficiare dell'esenzione prevista dal regolamento in esame, neppure per una parte che non superi detto massimale.

In tal caso, il beneficio previsto dal presente regolamento non può essere invocato per questa misura d'aiuto né al momento della concessione dell'aiuto né in un momento successivo.

I massimali sono espressi in termini di sovvenzione diretta in denaro e tutti i valori utilizzati sono al lordo di qualsiasi imposta o altro onere. Quando un aiuto è concesso in forma diversa da una sovvenzione diretta in denaro, l'importo dell'aiuto è espresso in Equivalente sovvenzione lordo (Esl).

Gli aiuti erogabili in più quote sono attualizzati al loro valore al momento della concessione e il tasso di interesse da utilizzare ai fini dell'attualizzazione e del calcolo dell'Esl è costituito dal tasso di riferimento vigente al momento della concessione. Il regolamento in esame si applica solo agli aiuti riguardo ai quali è possibile calcolare con precisione l'Esl *ex ante* senza che sia necessario effettuare un'analisi del rischio ("aiuti trasparenti").

Gli aiuti *de minimis* non sono, infine, cumulabili con aiuti statali, relativamente agli stessi costi ammissibili, se un tale cumulo dà luogo a un'intensità d'aiuto superiore a quella fissata, per le specifiche circostanze di ogni caso, in un regolamento d'esenzione per categoria o in una decisione della Commissione. 







# La demografia delle imprese nel 2006

A cura della U.O. Studi e Statistica

I dati relativi all'anno 2006 sull'andamento della nati-mortalità delle imprese, forniti da Infocamere attraverso la rilevazione trimestrale Movimprese, indicano una lieve crescita del tessuto imprenditoriale locale.

A fine dicembre 2006 lo stock complessivo delle imprese registrate presso l'omonimo Registro, infatti, ammonta a **48.696** imprese contro le **48.531** dell'anno precedente.

Tav. 1 – Imprese registrate, attive, iscrizioni, cessazioni, saldo nati-mortalità aziendale

	Registrate	Attive	CHIETI		Saldo
			Iscrizioni	Cessazioni *	
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	17.405	17.347	376	776	-400
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	90	77	0	4	-4
C Estrazione di minerali	29	21	0	3	-3
D Attività manifatturiere	4.923	4.288	221	231	-10
E Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	28	24	0	1	-1
F Costruzioni	5.182	4.793	376	245	131
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	10.125	9.318	604	634	-30
H Alberghi e ristoranti	1.963	1.770	111	92	19
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1.068	983	34	56	-22
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	674	633	55	44	11
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	2.426	2.247	143	125	18
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatoria	0	0	0	1	-1
M Istruzione	114	106	7	3	4
N Sanita' e altri servizi sociali	202	176	5	4	1
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	2.047	1.960	83	117	-34
X Imprese non classificate	2.420	162	685	115	570
<b>TOTALE</b>	<b>48.696</b>	<b>43.905</b>	<b>2.700</b>	<b>2.451</b>	<b>249</b>

\* al netto delle cancellazioni d'ufficio

Fonte: elaborazione U.O Studi e Statistica CCIAA di Chieti su dati Infocamere

Nel corso dell'anno sono state registrate **2.700** iscrizioni di imprese a fronte di **2.451** cancellazioni<sup>1</sup> e, di conseguenza, il saldo nati-mortalità è risultato positivo e pari a **249** imprese (Tav. 1). Ne è risultato un tasso di crescita pari allo **0,5%**, valore inferiore a quello registrato nell'anno precedente (**0,8%**) ed anche al di sotto della media regionale (**1,1%**) e nazionale (**1,2%**).

Il rallentamento della vivacità demografica è stato determinato da un accentuarsi del numero delle cessazioni (aumentate dell'**1,9%**) a cui si è associata una flessione del numero delle iscrizioni (**-2,7%**).

Tav. 2 – Tassi di natalità, mortalità e sviluppo per settore di attività economica

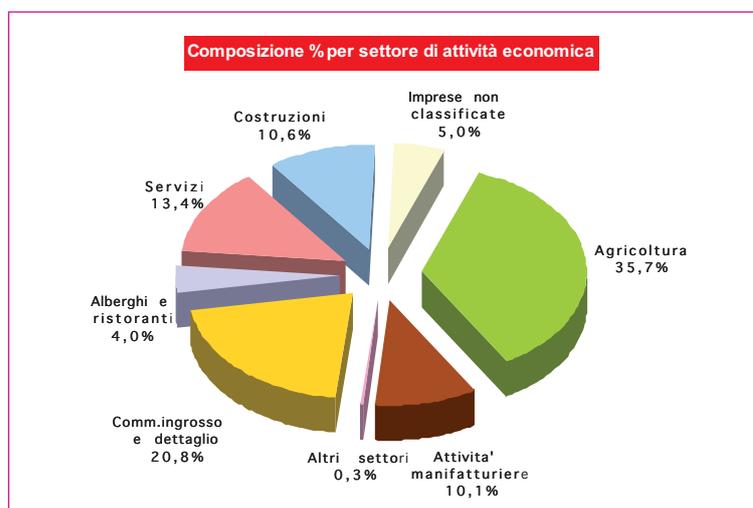
	CHIETI		
	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di sviluppo
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	2,1	4,4	-2,2
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	0,0	4,3	-4,3
C Estrazione di minerali	0,0	9,4	-9,4
D Attività manifatturiere	4,6	4,8	-0,2
E Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	0,0	3,8	-3,8
F Costruzioni	7,6	4,9	2,6
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	6,0	6,3	-0,3
H Alberghi e ristoranti	5,9	4,9	1,0
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	3,2	5,2	-2,1
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	8,3	6,7	1,7
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	6,2	5,4	0,8
L Pubbl.amm.e difesa;assic.sociale obbligatoria	0,0	100,0	-100,0
M Istruzione	6,7	2,9	3,8
N Sanita' e altri servizi sociali	2,5	2,0	0,5
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	4,1	5,8	-1,7
X Imprese non classificate	27,7	4,6	23,0
<b>TOTALE</b>	<b>5,6</b>	<b>5,1</b>	<b>0,5</b>

Fonte: elaborazione U.O. Studi e Statistica CCIAA di Chieti su dati Infocamere

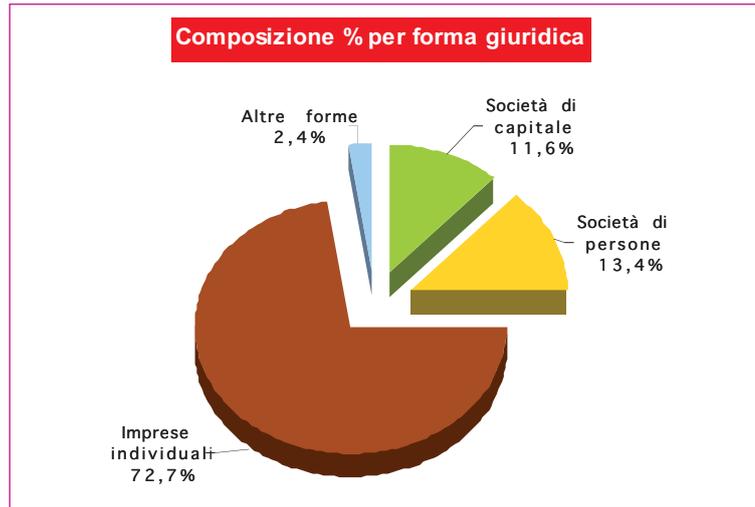
<sup>1</sup> A partire dal 2005, in applicazione del D.p.r. 247 del 23/07/2004 e successiva circolare n° 3585/C del Ministero delle Attività Produttive, le Camere di commercio possono procedere alla cancellazione d'ufficio dal Registro delle imprese di aziende non più operative da almeno tre anni. Per tenere conto di tali attività amministrative, ai fini statistici di Movimprese i dati relativi alle cessazioni sono stati calcolati depurando i relativi stock dalle cancellazioni disposte d'ufficio.



Passando ad esaminare la **struttura produttiva per settore**, si evidenzia che la quota percentuale più consistente è detenuta dal settore agricolo: esso, infatti, con 17.405 imprese assorbe il 35,7% del totale. Seguono il commercio (10.125 imprese pari al 20,8%), l'industria delle costruzioni (5.182 imprese pari al 10,6%) e l'industria in senso stretto (4.923 imprese pari al 10,1%). Rispetto al 2005, aumenta l'incidenza percentuale del comparto delle costruzioni mentre quello agricolo continua ad assottigliare la quota detenuta sul totale delle imprese.



Per quanto attiene alle dinamiche **per forma giuridica**, continua la tendenza di lungo periodo – che ormai può essere definita strutturale – all'aumento delle imprese che scelgono la forma delle società di capitale: +336 il saldo nei dodici mesi del 2006, pari ad un tasso di crescita del +6,4% (+5% il dato nazionale). A grande distanza seguono le società di persone con una crescita del +1% pari a 67 imprese in più, mentre le ditte individuali, pur continuando la loro diminuzione in termini relativi (-0,5%), resistono ancora come componente più numerosa del tessuto imprenditoriale locale.



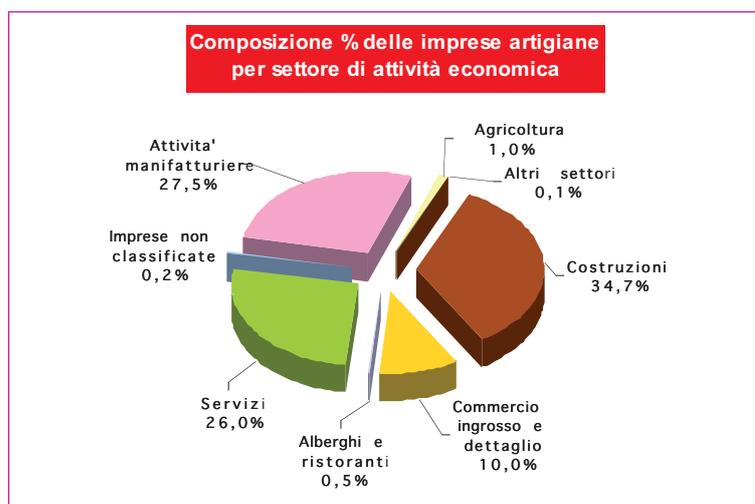
L'esame degli andamenti dei diversi settori (Tav. 2) evidenzia come il comparto **agricolo** sia quello che nel corso del 2006 ha segnato la più marcata e netta riduzione delle unità produttive (-400) con una conseguente variazione negativa dello stock (-2,2%).

La performance più brillante, invece, è quella riportata dal settore delle **costruzioni** con un saldo positivo di 131 unità pari ad un tasso di crescita del +2,6%.

In lieve flessione si sono presentati sia il comparto delle **attività manifatturiere** (-0,2%) che quello del **commercio** (-0,3%). Tra le attività dei servizi, al di sopra della media è l'andamento rilevato per il settore dell'**intermediazione monetaria e finanziaria** (+1,7%) mentre il comparto in cui confluiscono **attività immobiliari, noleggio e informatica, ricerca e altre attività professionali e imprenditoriali** ha registrato un tasso di crescita attestato al +0,8%.

Si rileva, inoltre, che la maggior parte del saldo nati-mortalità (570 unità) è determinata dal settore delle imprese non classificate, cioè quelle per le quali non è stata ancora dichiarata l'attività prevalente.





### Le imprese artigiane

Il settore **artigiano** teatino chiude il 2006 con un ulteriore rafforzamento della base produttiva: a fine dicembre esso (Tav. 3), infatti, conta 10.220 imprese, pari al 21% del totale delle imprese, contro le 10.097 dell'anno precedente.

I settori in cui la presenza delle imprese artigiane è predominante sono il comparto edile e le attività manifatturiere. Scendendo nel dettaglio, il comparto delle costruzioni, con 3.543 imprese, rappresenta il 34,7% (33,6% nel corrispondente periodo dell'anno precedente) del totale, mentre il comparto industriale assorbe il 27,5%. A seguire il comparto dell'artigianato di servizio (26%) e quello del commercio (10%).

Tav. 3 – Imprese artigiane registrate, attive, iscrizioni, cessazioni, saldo nati-mortalità aziendale

	CHIETI				
	Registrate	Attive	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	104	104	14	24	-10
B Pesca, piscicoltura e servizi connessi	2	2	0	0	0
C Estrazione di minerali	7	7	0	1	-1
D Attività manifatturiere	2.813	2.794	229	210	19
E Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	2	2	0	1	-1
F Costruzioni	3.543	3.528	358	198	160
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	1.019	1.012	43	76	-33
H Alberghi e ristoranti	47	46	1	3	-2
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	621	617	33	40	-7
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	6	6	0	0	0
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	568	565	48	47	1
M Istruzione	31	31	1	2	-1
N Sanita' e altri servizi sociali	9	9	0	0	0
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	1.427	1.425	72	77	-5
X Imprese non classificate	21	21	3	0	3
<b>TOTALE</b>	<b>10.220</b>	<b>10.169</b>	<b>802</b>	<b>679</b>	<b>123</b>

Fonte: elaborazione U.O Studi e Statistica CCIAA di Chieti su dati Infocamere

Nel 2006 si sono registrate 802 iscrizioni di imprese artigiane, per un tasso di natalità pari al 7,9%, a fronte di 679 cancellazioni, pari ad un tasso di mortalità del 6,7%.

Tali dinamiche hanno prodotto un saldo nati-mortalità (valore ottenuto dalla differenza tra iscrizioni e cancellazioni) positivo di +123 imprese e, di conseguenza, il tasso di sviluppo complessivo si è attestato all'1,2%.

Si segnala, comunque, che la crescita del comparto artigianale è dovuta quasi esclusivamente alle costruzioni (+4,7% pari ad un saldo di +160 imprese). 

Tav. 4 – Imprese artigiane: Tassi di natalità, mortalità e sviluppo per settore di attività economica

	CHIETI		
	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di sviluppo
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	14,0	24,0	-10,0
B Pesca,piscicoltura e servizi connessi	0,0	0,0	0,0
C Estrazione di minerali	0,0	12,5	-12,5
D Attività manifatturiere	8,2	7,5	0,7
E Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	0,0	33,3	-33,3
F Costruzioni	10,6	5,8	4,7
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	4,1	7,3	-3,2
H Alberghi e ristoranti	2,0	6,1	-4,1
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	5,3	6,4	-1,1
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	0,0	0,0	0,0
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	8,4	8,2	0,2
M Istruzione	3,2	6,5	-3,2
N Sanita' e altri servizi sociali	0,0	0,0	0,0
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	5,0	5,4	-0,3
X Imprese non classificate	14,3	0,0	14,3
<b>TOTALE</b>	<b>7,9</b>	<b>6,7</b>	<b>1,2</b>

Fonte: elaborazione U.O. Studi e Statistica CCIAA di Chieti su dati Infocamere





# CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI CHIETI

## SEDE PRINCIPALE (S.P.)

Piazza Gian Battista Vico, 3 - 66100 CHIETI  
Centralino: 0871.354307 Fax: 0871.330913  
www.ch.camcom.it

## SEDE DISTACCATA (S.D.)

Via F.lli Pomilio (ex Foro Boario) - 66100 CHIETI  
Centralino 0871.5450426  
Fax: 0871.552934

Orario di apertura al pubblico

- MATTINA: dal lunedì al venerdì - ore 9.00 - 12.30
- POMERIGGIO: martedì e giovedì - ore 15.00 - 16.15

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

0871.354301/5450438

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

0871.354302/5450403

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

0871.354318/5450463

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

0871.354307/308/309/310/355

### AREA I - AMMINISTRATIVO/CONTABILE

Dirigente (S.P.)

0871.354304

Capo Servizio I - Amministrazione

0871.354351

URP e Privacy (S.P.)

0871.354351

Risorse umane e Relazioni sindacali (S.P.)

0871.354352

Archivio e protocollo (S.P.)

0871.354340

Provveditorato (S.P.)

0871.354316/356/357

Capo Servizio II - Contabilità - Finanza (S.P.)

0871.354312

Contabilità (S.P.)

0871.354311/314/315

Gestione economica del personale (S.P.)

0871.354313

Finanza camerale (S.P.)

0871.354341

### AREA II - SVILUPPO E SERVIZI ALLE IMPRESE

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

0871.5450408

Registro imprese (S.D.)

0871.5450464/423/408/406/407/409/499

**Call Center Registro Imprese**

**199509050**

Albo imprese artigiane (S.D.)

0871.5450429

Presidente CPA (S.D.)

0871.5450427

### AREA III - MONITORAGGIO E REGOLAZIONE DEL MERCATO

Capo Servizio IV - Studi - Promozione

0871.5450419

Gestione informatica Protesti cambiari (S.D.)

0871.5450419/420

Studi, Statistica, Marketing territoriale (S.P.)

0871.354349

Promozione (S.D.)

0871.5450431/448

Agricoltura (S.D.)

0871.5450422/462

Capo Servizio V - Regolazione del mercato (S.D.)

0871.5450405

Ispezioni, Sanzioni brevetti (S.D.)

0871.5450443/444

Metrologia legale (S.D.)

0871.5450460/461

Procedure extragiudiziarie, Tutela del consumatore (S.D.)

0871.5450405

Licenze, Albi, Ruoli, Commercio interno ed estero (S.D.)

0871.5450432/437

### 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



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. 0871.35433/330842  
Fax 0871.344821  
centrointerno@ch.camcom.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.



**AGENZIA DI  
SVILUPPO**

## AZIENDA SPECIALE "AGENZIA DI SVILUPPO"

P.zza G. B. Vico 3  
66100 - CHIETI  
Tel. 0871.354321/345/353/354  
Fax: 0871.331218  
www.agenziadisviluppo.net info@agenziadisviluppo.net

Orario di apertura al pubblico

Mattina: dal lunedì al venerdì                    ore 9.00 - 12.00  
Pomeriggio: martedì e giovedì                    ore 15.00 - 16.15

### NATURA

L'Agenzia di Sviluppo è l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Chieti costituita ai sensi dell'art. 32 del R.D. 20 settembre 1934, n. 2011, e dell'art. 2 - comma 2 - della Legge 29.12.1993, n. 580.

### MISSIONE

Nel quadro delle finalità istituzionali della Camera di Commercio tendenti alla promozione dello sviluppo socio-economico della provincia, l'Agenzia di Sviluppo ha lo scopo di sostenere il sistema delle imprese, soprattutto piccole e medie, attraverso un insieme integrato di servizi di informazione, orientamento, assistenza personalizzata e formazione.

### GLI ORGANI

Il Consiglio di Amministrazione - componenti: *Adriano Lunelli, Nicola Molino, Nino Silverio, Patrizio Lapenna, Giancarlo Gardellin, Claudio Massaro, Pasquale Di Frischia*

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione: *Adriano Lunelli*

Il Collegio dei Revisori dei Conti - componenti:

*Alberto Normand (Presidente), Paola Ferroni, Roberto Roberti*

## I SERVIZI

### INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'Agenzia di Sviluppo ha attivato servizi a sostegno della competitività del sistema economico e imprenditoriale nei mercati esteri.

Per supportare le piccole e medie imprese locali nel processo di strutturazione del proprio percorso di internazionalizzazione, dalle fasi preliminari di acquisizione di informazioni di mercato a quelle più avanzate di decentramento produttivo, l'Agenzia di Sviluppo:

- fornisce informazioni sulle tematiche connesse al commercio estero e sui Paesi che presentano opportunità d'affari;
- offre assistenza e consulenza per lo sviluppo di rapporti di cooperazione internazionale;
- organizza iniziative promozionali in Italia e all'estero (missioni, incontri d'affari, accoglienza buyer stranieri);
- propone moduli formativi sui temi dell'import/export (seminari, incontri di aggiornamento, corsi).



EIC ABRUZZO - IT 383

### EURO INFO CENTRE ABRUZZO - IT383

Sportello di Chieti

La rete degli Euro Info Centre (EIC) informa ed assiste le imprese sulle tematiche comunitarie, fornendo, al contempo, un feedback alla Commissione europea sulle problematiche che le piccole e medie imprese affrontano nell'operare nel mercato unico.

Promossa dalla Commissione Europea, la rete di EIC è controllata dalla Direzione Generale (DG) Imprese e Industria che la co-finanzia e ne definisce le strategie di fondo e ne orienta le procedure operative. Con l'ausilio di un ufficio di assistenza tecnica, la DG supporta gli EIC nel loro lavoro quotidiano con l'organizzazione di percorsi formativi, la fornitura di ma-

teriale promozionale e l'assistenza diretta di un team di esperti europei.

L'Euro Info Centre Abruzzo - IT383 fa parte della rete degli EIC che conta circa 400 uffici dislocati in 46 Paesi. Presso l'Unione Regionale delle Camere di Commercio d'Abruzzo di Teramo risiede la sede legale dell'EIC e nelle quattro Camere di Commercio di Chieti, L'Aquila, Teramo e Pescara sono localizzati gli sportelli operativi che forniscono direttamente i servizi al mondo imprenditoriale.

Grazie alla stretta relazione con la Commissione europea, gli EIC sono una fonte privilegiata di accesso alle informazioni comunitarie; la rete inoltre beneficia di consolidati rapporti con l'ambiente economico ed istituzionale a livello locale, regionale e nazionale.

La combinazione di queste risorse significa servizi efficienti, vicini alle esigenze delle imprese per affiancarle nell'affrontare le sfide e le opportunità create dal processo di integrazione economica europea. Che un'impresa stia cercando informazioni su qualche politica europea, sulla legislazione, sulle opportunità di finanziamento per i propri investimenti, sugli appalti pubblici o cerchi informazioni specifiche su altri Paesi membri o voglia sviluppare le proprie relazioni commerciali e industriali con altri paesi europei, all'interno della rete degli Euro Info Centre ha la certezza di potere trovare risposte pertinenti, competenti e rapide.

Ogni Euro Info Centre ha sviluppato una propria gamma di servizi che possono essere ricondotti a queste principali categorie:

- **Informazione.** Erogazione di informazioni personalizzate relative a temi quali la normativa comunitaria, la legislazione nazionale di attuazione della stessa, gli aspetti tecnici, doganali e fiscali legati alla integrazione dei mercati e delle economie, i programmi e i finanziamenti nazionali, comunitari e internazionali per lo sviluppo delle PMI e le relative modalità di partecipazione;
- **Finanziamenti.** L'Unione Europea offre assistenza finanziaria alle PMI negli Stati Membri e nei Paesi candidati in diverse forme che spaziano dai finanziamenti veri e propri, ai prestiti, alle garanzie, ai Fondi strutturali gestiti a livello locale. Per divulgare le varie tipologie di assistenza e consentire alle PMI locali di accedervi tempestivamente, la Rete degli Euro Info Centre fornisce informazioni ed assistenza sui principali finanziamenti comunitari, nazionali e regionali inclusi quelli relativi alla creazione d'impresa, nonché sui programmi comunitari per la Ricerca & Sviluppo (es. VI e VII Programma Quadro, Cordis), per la cultura (es. Cultura 2000), per l'ambiente (es. Life), per i trasporti e le infrastrutture (es. ISPA), per la formazione professionale;
- **Innovazione.** L'innovazione rappresenta sempre di più un elemento fondamentale nel determinare oggi la capacità competitiva globale di un territorio e delle sue imprese anche di piccole dimensioni. Risulta infatti sempre più evidente che le nuove tecnologie e i processi innovativi rappresentano un percorso obbligato per rispondere in maniera efficace alle crescenti pressioni concorrenziali a cui le imprese sono sottoposte dai mercati. Considerando l'innovazione come fattore che richiede collaborazione, creatività ed investimenti finanziari l'Euro Info Centre, nell'ambito delle funzioni riconosciute dalla Commissione Europea, si propone di promuovere e favorire lo sviluppo dell'innovazione delle PMI attraverso attività specificamente indirizzate a:
  - erogare informazioni sui programmi di R&S;

- cooperare a stretto contatto con gli operatori delle reti a livello locale;
- fornire consulenza alle imprese in relazione al trasferimento tecnologico;
- supportare la nascita delle nuove imprese e le attività di innovazione;
- promuovere la "cultura dell'innovazione" tra le imprese;
- **Appalti.** Sono uno dei settori regolati da una disciplina comunitaria con lo scopo di aprire i mercati pubblici di ogni Paese alle imprese europee. Benchè siano ancora poche le imprese che tentino questa strada, gli appalti pubblici - soprattutto in un periodo di difficoltà di mercato - possono rappresentare un'interessante nuova frontiera. Presso gli Euro Info Centre sono disponibili giornalmente le informazioni relative agli appalti aperti; molti Euro Info Centre forniscono dei servizi di "veglia informativa" grazie ai quali è possibile venire periodicamente informati sugli appalti di proprio interesse;
- **Cooperazione fra imprese.** Il servizio si propone di fornire alle PMI informazioni ed assistenza per favorire contatti con potenziali partner esteri mettendo a disposizione diverse tipologie di strumenti, tra i quali si segnala il Business Co-operation Database. In questo sistema le richieste e le offerte di cooperazione finalizzate alla realizzazione di accordi di natura finanziaria, commerciale e tecnico-produttiva, sono inserite in base alle informazioni fornite dalle imprese tramite incontri personalizzati e quindi inoltrate ad uno dei 640 punti appartenenti alla Rete degli Euro Info Centre. Le richieste rimangono attive fino ad un massimo di 12 mesi e vengono pubblicizzate nei singoli Paesi d'interesse tramite differenti strumenti di promozione (bollettini, siti internet, newsletter, seminari, etc.). Il database, previa impostazione di specifici parametri (tipo di cooperazione richiesta e/o offerta, settore di attività, tipologia del partner, etc.), seleziona automaticamente i profili potenzialmente in linea con quelli richiesti dall'impresa (matching).

### SERVIZIO NUOVE IMPRESE

Attività di orientamento all'imprenditorialità e al lavoro autonomo con il quale ci si è proposti di diffondere una cultura favorevole alla nascita di nuove iniziative imprenditoriali, orientare e informare su opportunità e problematiche relative alla creazione di una nuova impresa o al lavoro autonomo. Il Servizio è stato anche orientato a favorire la nascita e lo sviluppo di nuove imprese ed attività autonome, mettendo a punto una offerta di servizi reali di assistenza personalizzata rivolti all'analisi e alla soluzione pratica dei problemi che emergono nel tradurre un'idea imprenditoriale in uno specifico progetto d'impresa.

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'Agenzia di Sviluppo, mette a disposizione degli aspiranti imprenditori e dei neo-imprenditori.

Con SNI gli imprenditori possono attivare i servizi di informazione e orientamento.

### FORMAZIONE

L'**Agenzia di Sviluppo** è una agenzia formativa accreditata dalla Regione Abruzzo per la macrotipologia formazione continua.

L'azione della Agenzia di Sviluppo è guidata dalla consapevolezza che l'investimento in risorse umane rappresenta un fattore di competitività economica e di sviluppo culturale unico per ogni sistema locale.

In questa ottica gli interventi programmati sono finalizzati a formare nuove figure professionali di qualità, ad agevolare l'aggiornamento professionale, a diffondere una cultura d'impresa che sia innovativa tanto per i processi produttivi quanto per i sistemi gestionali.

### SERVIZI ALLE PMI

Con l'azione denominata Servizi alle PMI l'**Agenzia di Sviluppo** si pone l'obiettivo di favorire ed assistere processi di innovazione tecnologica, di crescita manageriale, di sviluppo della competitività delle PMI locali, dotando la Camera di Commercio di strumenti per rispondere alle crescenti richieste delle imprese di qualificati servizi informativi e promozionali.

In questo contesto il Progetto "Servizi alle PMI" sviluppa un contatto attivo e permanente con le PMI, potenziando le capacità della Camera di Commercio di Chieti di ascolto e di interpretazione dei fabbisogni manifesti e latenti che il tessuto imprenditoriale locale esprime e migliorando le 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. progettazione ed implementazione di interventi di miglioramento organizzativo, utilizzando un supporto finanziario messo annualmente a disposizione dalla Agenzia di Sviluppo tramite bando;
4. monitoraggio delle azioni avviate a seguito delle fasi precedenti.

OE