



Anno XIII  
Numero 3 - 2007  
Diffusione gratuita

Poste Italiane S.P.A. spedizione in abbonamento postale - 70%  
- DR/CBPA - AREA CENTRO/CH/064/2006/FF



**La digitalizzazione della Pubblica  
Amministrazione**

**L'Abruzzo in fiera**

**Bando XVII Premiazione della Fedeltà  
al Lavoro e del Progresso Economico**

**Il tartufo d'Abruzzo**



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

Ottavio SEMERANO

Armando TOMEO

### **REVISORI DEI CONTI**

Valerio DELL'OLIO

Renato MASSACESI

Paola SABELLA

### **SEGRETARIO GENERALE**

Ettore Lalli

### **TESORIERE**

Banca Popolare di

Lanciano e Sulmona S.p.A.



Osservatorio economico della provincia di Chieti

Anno XIII, Numero 3 - 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**

Marta Allibardi, Gianluca De Santis, Massimo Di Cintio, Sandra Di Matteo, Serena Giannico, Gianluigi Lopes, Francesca Lupone, Simona Petricca

#### **Foto**

Archivio e biblioteca Camera di Commercio di Chieti  
Michele Camiscia, Gianluigi Lopes, Valerio Simeone, Massimo Di Cintio, archivio Litografia Brandolini, archivio fotografico Comune di Chieti.

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

Litografia Brandolini - Sambuceto di San Giovanni Teatino (Ch) - Tel. 085 4463241

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.



Lo stand della Regione Abruzzo  
alla Campionaria di Milano

### Focus

La digitalizzazione della Pubblica Amministrazione	6
--	---

### La Camera informa

Il Segretario Generale Ettore Lalli lascia il suo incarico	3
Il bilancio sociale della Camera di Commercio di Chieti	4
Le buone prassi di responsabilità sociale di impresa	15
Il bando per imprese impegnate in percorsi di Responsabilità Sociale	19
DonnAttiva, più opportunità nel mondo del lavoro	22
Innovazione e trasferimento tecnologico per le PMI	24
Corso per sistemisti SA8000	25
Il seminario sul TFR	27
Seminari formativi ed informativi per imprese e per professionisti	28
La Camera di Commercio in visita alla Sixty	31
XVII Premiazione della Fedeltà al Lavoro e del Progresso Economico	35
Il convegno sulla criminalità organizzata	37

### Andar per fiere

Flormart e Florviva, l'Abruzzo va forte	38
Al Moa Casa di Roma i complementi di arredo abruzzesi	42
Alla Campionaria l'Abruzzo si fa grande	44
Il pubblico premia la qualità dell'artigianato	49
AgroAlimenta, un'edizione in crescita	51

### Eventi

Alla Convention Food&Wine si rafforza l'immagine del vino italiano	54
A spasso nei frantoi abruzzesi	58
Fabbriche aperte: visite guidate tra convegni, gastronomia e arte	60

### Terra nostra

Tartufi d'Abruzzo, un profumo pregiato	63
--	----

### Viaggio nell'impresa

L'Euro-Ortofrutticola del Trigno	68
----------------------------------	----

### Insero economico

Progetto Excelsior - Sistema informativo per l'occupazione e la formazione	71
--	----

*Gentile lettore, il numero dell'Osservatorio Economico a cavallo del nuovo anno è come di consueto ricco di contenuti, pronto a raccontare gli ultimi eventi e a sviluppare approfondimenti su temi di attualità e di interesse per le nostre imprese.*

*Uno di questi riguarda sicuramente la responsabilità sociale, un progetto ad ampio raggio che vede impegnato l'Ente camerale nel corso dell'anno con diverse iniziative per sensibilizzare le imprese della provincia a guardarsi più a fondo per far emergere attività che abbiano un positivo risvolto nei confronti dell'ambiente, delle relazioni con il personale, con clienti, con i consumatori o con il territorio, nell'innovazione e che rappresentano un rinforzo competitivo in grado di aggiungere valore all'azienda, implementandone l'immagine e la reputazione.*

*Altri argomenti riguardano il trasferimento tecnologico – dalle grandi imprese alle Pmi e tra le stesse piccole e medie imprese – specialmente nel settore metalmeccanico e dell'automotive, ed il rapporto tra le donne e il mondo del lavoro.*

*Importante anche l'aspetto promozionale, dove il "saper fare" dei nostri imprenditori continua a mettersi in bella evidenza, come dimostrano le diverse manifestazioni fieristiche che si sono svolte negli ultimi mesi in Abruzzo e in Italia e che hanno consentito alle aziende di incontrare migliaia di operatori commerciali e di consumatori.*

*Ultime in ordine di tempo, la Campionaria delle Qualità italiane e L'Artigiano in Fiera, entrambe svoltesi a Milano, che hanno raccolto grandi ed unanimi consensi ed hanno così aggiunto una delle più belle pagine nella promozione della nostra regione.*

*L'Osservatorio contiene inoltre due importanti contributi riguardanti le nuove sfide del sistema camerale nel campo dell'informatizzazione dei propri servizi e la ricerca sui fabbisogni professionali delle imprese della provincia, analizzati attraverso l'indagine Excelsior commentata dal nostro Ufficio Studi.*

*Con questo numero, termina il mio mandato di Direttore responsabile della rivista camerale e di Segretario Generale della Camera di Commercio di Chieti, avendo raggiunto il limite lavorativo previsto dalla normativa italiana, dopo moltissimi anni di servizio nel quale ho avuto il privilegio di assistere e di contribuire allo sviluppo socio-economico delle nostre imprese e del nostro territorio.*

*Agli imprenditori e ai rappresentanti istituzionali, a tutto il personale camerale e a tutti voi, auguro un nuovo anno ricco di soddisfazioni.*

*Ettore Lalli*

# Il Segretario Generale Ettore Lalli lascia il suo incarico

*A cura della  
Redazione*

Dopo ben 45 anni di ininterrotto lavoro nella carriera direttiva nella Camera di Commercio di Chieti, il Segretario Generale dottor Ettore Lalli il 19 dicembre scorso ha lasciato il suo incarico per raggiunti limiti di età. Assunto il 1 gennaio del 1963, Ettore Lalli ha scalato i gradini più alti della carriera camerale diventando nel 1982 Vice Segretario Generale con funzioni vicarie, per assumere il massimo incarico con decorrenza 4 maggio 1996, al quale si sono aggiunti diversi ed impegnativi ruoli in importanti organismi istituzionali della provincia e della regione. Nato a Fara Filiorum Petri il 19 dicembre del 1937 ma residente a Chieti, Lalli si è laureato in giurisprudenza con il massimo dei voti e la lode, ed ha subito dimostrato grandi capacità professionali arricchita da una preparazione tecnica, continuamente aggiornata, che gli ha consentito di essere considerato tra i più esperti nella gestione di sistemi complessi, nei settori economico-promozionale, giuridico-amministrativo e amministrativo-contabile. Non è un caso, dunque, che per oltre dieci anni sia stato direttore dell'Azienda Speciale "Agenzia di Sviluppo" della Camera di Commercio e del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo, direttore della rivista camerale "Osservatorio Economico della Provincia di Chieti", presidente della Commissione d'esame per l'idoneità all'esercizio del commercio, del Comitato provinciale per l'Albo degli autotrasportatori e della Commissione esaminatrice per l'iscrizione all'Albo delle imprese di affari in mediazione, nonché componente del Consiglio di amministrazione dell'Università degli studi "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara. All'indubbia e riconosciuta capacità tecnica e alla conoscenza della realtà socio-economica locale, Ettore Lalli ha saputo unire qualità morali, di equilibrio e di ponderatezza tali da conquistare la fiducia e la stima delle associazioni di categoria, degli operatori economici e di quanti hanno avuto la possibilità di conoscerlo e di operare al suo fianco. Metodico e pacato, ha voluto sempre svolgere il suo importante compito lontano dai riflettori, un passo indietro ai presidenti che si sono succeduti, instaurando un valido e proficuo rapporto con gli amministratori, con i dirigenti e con i collaboratori.

I suoi preziosi consigli e la sua saggia determinazione sono stati stimolo ed insegnamento di vita e di lavoro, nel quotidiano e nei progetti speciali, come nella redazione di questa rivista cresciuta sotto la sua guida. Nuovo Segretario generale della Camera di Commercio di Chieti sarà il dottor Pierluigi Federici, già vice Segretario generale della Camera di Commercio di Roma al quale va il nostro benvenuto.



# Il bilancio sociale della Camera di Commercio di Chieti

La Camera di Commercio di Chieti ha presentato il Bilancio sociale 2006, uno strumento con il quale intende rendere conto del proprio operato a tutti i suoi interlocutori: imprese e loro associazioni, istituzioni, consumatori, personale e tutti i portatori di interessi rilevanti.

*A cura dell'U.O.  
Studi e Statistica*

Il Bilancio Sociale è uno degli strumenti fondamentali per comunicare la responsabilità sociale sia d'impresa che pubblica, che ha preso avvio nell'ambito delle imprese private e si è successivamente esteso alle Pubbliche Amministrazioni, fino a rendere il bilancio sociale uno strumento utilizzato soprattutto da quelle più evolute.

La definizione più comunemente accettata di *responsabilità sociale* è quella tratta dal Libro Verde della Commissione Europea, ossia "l'integrazione su base volontaria da parte delle imprese delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro attività e nei rapporti con le parti interessate". Responsabilità sociale, sviluppo sostenibile, etica d'impresa sono tutte espressioni di grande attualità e che rappresentano un cambiamento innanzitutto culturale e sociale, ancor più che economico.

Imprese, istituzioni, cittadini sono infatti sempre più consapevoli che la crescita futura non può essere solo quantitativa, ma che occorre fare i conti con la scarsità e la qualità delle risorse disponibili, per non pregiudicare le possibilità delle generazioni future. Tutti sono chiamati a fare la loro parte: i consumatori sono sempre più attivi con comportamenti di scelta consapevoli, le imprese hanno intuito che per competere, i loro prodotti e servizi devono saper esprimere dei valori, e le istituzioni devono agire da protagonisti e facilitatori di uno sviluppo responsabile e sostenibile.

In questo quadro la Camera di Commercio di Chieti svolge un duplice ruolo: è innanzitutto un'organizzazione che ha intrapreso un percorso di responsabilità ma è anche un punto di riferimento per la diffusione di pratiche sostenibili per le imprese e gli operatori del territorio.

Il concetto di responsabilità per la Camera di Commercio, in virtù della propria specificità, assume dunque una valenza ancor più ampia e partecipata.

È sicuramente *responsabilità economica*, che parte dalla valutazione di un potenziale di crescita e di un patrimonio di risorse da valorizzare. È *responsabilità sociale*, che si traduce nell'impegno per la creazione di posti di lavoro, nel miglioramento dell'accesso alla formazione e alla qualificazione professionale, nello sviluppo di un'economia sociale e di un miglioramento generale della qualità della vita.

È anche *responsabilità ambientale*, nel rispetto di un territorio ricco di risorse in cui la qualità del territorio è fondamentale per la produzione di valore. Ed è *responsabilità culturale* che implica rispetto della tradizione, radicamento nel territorio e sviluppo delle qualità locali.

Proprio per queste ragioni la Camera di Commercio ha deciso di redigere il Bilancio Sociale relativamente all'anno 2006.

Il Bilancio sociale si affianca al bilancio d'esercizio tradizionale integrandone le informazioni riportate ma, a differenza di quest'ultimo, è uno strumento volontario che risponde all'esigenza di rendere maggiormente trasparenti le attività svolte, le iniziative realizzate, i loro costi ed i risultati raggiunti e di evidenziare il valore aggiunto creato e distribuito.

In particolare, il Bilancio sociale della Camera di Commercio di Chieti chiarisce il ruolo strategico svolto dall'Ente che può essere riassunto nel concetto "*Tradizione e Innovazione*". La Camera di Commercio è infatti protagonista dello sviluppo del territorio e al tempo stesso responsabile per la salvaguardia e la valorizzazione delle tipicità e culture locali.

Il documento camerale - redatto seguendo le linee guida contenute nella direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 17 febbraio 2006 e facendo riferimento agli standard GRI (Global Reporting Initiative) e GBS (Gruppo Bilancio Sociale) – parte dall'individuazione dell'assetto organizzativo dell'Ente e del disegno strategico

che ne ha ispirato l'azione per arrivare al calcolo del valore aggiunto creato e distribuito.

Nel 2006 ammonta a quasi 8 milioni di euro il valore aggiunto creato e distribuito dalla Camera: il 75% di questa cifra è dedicato alle iniziative per lo sviluppo del territorio. Si tratta, quindi di un risultato importante e molto significativo, che evidenzia il rispetto degli obiettivi stabiliti dall'Ente per il sostegno al territorio e alla sua comunità.

PROVENTI 2006	
Diritto annuale	7.014.833,70
Diritti di segreteria e sollecitazioni	1.746.879,96
Proventi da prestazioni di servizi	10.156,00
Contributi e trasferimenti	257.825,57
Altri proventi	561.430,04
<b>TOTALE PROVENTI</b>	<b>9.601.145,26</b>
<b>COSTI DI STRUTTURA</b>	<b>1.654.912,14</b>
<b>VALORE AGGIUNTO</b>	<b>7.946.233,12</b>

# La digitalizzazione della pubblica amministrazione

## INTRODUZIONE

La modernizzazione del Paese attraverso un ampio numero di riforme strutturali è al centro del programma del dibattito politico sia a livello nazionale che comunitario e, pertanto, investe anche il mondo camerale. Solo attraverso questo processo di cambiamento si possono assicurare solide basi per un duraturo sviluppo economico, migliori e più numerose opportunità per tutti gli italiani, crescita civile e sociale del Paese.

Tra le "leve" disponibili per l'attuazione di questo disegno di cambiamento ci sono, senza dubbio, le moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) con il loro grande potenziale di innovazione. Se è pur vero che queste tecnologie sono e rimangono uno strumento, non va sottovalutata la loro "carica di trasformazione", la pervasività in quasi tutti i settori della vita di un Paese, la capacità di innescare e scatenare una serie di cambiamenti, la loro continua evoluzione in grado di offrire sempre nuove opportunità di impiego.

I modelli innovativi che oggi consentono le tecnologie sono tra i più disparati. Uno dei vantaggi più evidenti è senza dubbio la velocità di trasmissione dei dati, quindi una comunicazione e una "vicinanza virtuale" che facilitano la soddisfazione dei bisogni di persone, anche lontane, in tempi rapidi. Tutto ciò, in una società che si muove sempre più velocemente, rappresenta una opportunità per i cittadini ma, nel mondo imprenditoriale in particolare, diventa una necessità imprescindibile per poter competere nell'ambito del mercato globale.

Le Camere di Commercio sono le pubbliche amministrazioni che per prime hanno avviato il cammino verso l'amministrazione digitale: già dal 1982, infatti, detenevano il registro ditte – registro di tutte le imprese esistenti che assolveva esclusivamente ad una forma di pubblicità notizia – organizzato mediante un'unica banca dati nazionale consultabile presso gli sportelli di qualsiasi Camera di commercio.

Il passaggio dal Registro Ditte al Registro delle Imprese non ha interrotto il processo di digitalizzazione; infatti attualmente il deposito degli atti al Registro delle Imprese avviene obbligatoriamente per via telematica limitatamente alle imprese costituite in forma societaria, mentre alle ditte individuali è data facoltà di inviare le proprie istanze per via telematica o di depositarle allo sportello su modello cartaceo.

In realtà l'Information and Communication Technology da tempo ha perfezionato gli strumenti informatici per permettere ai diversi attori della complessa società post-moderna di perfezionare le

*A cura del  
Servizio Registro Imprese*





comunicazioni in termini di riduzione di tempi, maggiore efficienza ed efficacia e di dematerializzazione dei documenti. Le piattaforme tecnologiche poste alla base di questi processi hanno subito evoluzioni tali da renderle talmente affidabili ed economiche che ormai hanno pervaso, a volte senza nemmeno accorgersene, la vita dei cittadini.

Tuttavia, in uno Stato di diritto, qualsiasi conquista tecnologica non potrà mai dare un effettivo contributo allo sviluppo della società se non adeguatamente supportata dall'Ordinamento del paese stesso affinché i rapporti scaturenti da queste innovazioni, soprattutto nei complessi rapporti tra pubbliche amministrazioni e cittadini, possano avere valore giuridico e possano essere opponibili ai terzi.

Nel nostro Ordinamento questo importante traguardo, dal punto di vista giuridico, è stato ottenuto attraverso il Codice dell'Amministrazione Digitale (D.Lgs. 7 marzo 2005 n. 82), che può essere visto come una Magna Charta con il chiaro intento di guidare le pubbliche amministrazioni in una nuova era, che possiamo definire era digitale, con l'ambizioso fine di snellire la burocrazia e rendere le pubbliche amministrazioni più efficaci, efficienti ed economiche.

L'era digitale delle pubbliche amministrazioni, così come sancito dal citato Codice, è caratterizzata dai seguenti strumenti:

- La posta elettronica certificata;
- La firma digitale;
- La Carta Nazionale dei Servizi;
- La Carta d'Identità Elettronica;
- I siti Internet delle Pubbliche Amministrazioni.

### **POSTA ELETTRONICA CERTIFICATA**

La posta elettronica, più comunemente conosciuta con il termine anglosassone e-mail, è lo strumento di comunicazione elettronica più utilizzato per lo scambio di informazioni. L'e-mail è un mezzo di comunicazione in forma scritta che utilizza Internet. Il principale vantaggio dell'e-mail è l'immediatezza.

I messaggi possono includere testo, immagini, audio, video o qualsiasi tipo di file.

La posta elettronica, che nell'ambito delle comunicazioni tra Pubbliche Amministrazioni è stata raccomandata con una direttiva del 27.11.2003 emanata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'Innovazione e la Tecnologia, a differenza dei tradizionali mezzi di comunicazione presenta i seguenti vantaggi:

- maggiore semplicità ed economicità di trasmissione, inoltro e riproduzione;
- semplicità ed economicità di archiviazione e ricerca;
- facilità di invio multiplo, cioè a più destinatari contemporaneamente, con costi estremamente più bassi di quelli tradizionali;
- velocità ed asincronia della comunicazione, in quanto non richiede la contemporanea presenza degli interlocutori;



- possibilità di consultazione ed uso anche da postazioni diverse da quella del proprio ufficio, anche al di fuori della sede dell'amministrazione ed in qualunque momento grazie alla persistenza del messaggio nella casella di posta elettronica;
- integrabilità con altri strumenti di automazione di ufficio, quali rubrica, agenda, lista di distruzione ed applicazioni informatiche in genere.

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. Certificare l'invio e la ricezione, i due momenti fondamentali nella trasmissione dei documenti informatici, significa fornire al mittente, dal proprio gestore di posta, una ricevuta che costituisce prova legale dell'avvenuta spedizione del messaggio e dell'eventuale allegata documentazione. Allo stesso modo, quando il messaggio perviene al destinatario, il gestore invia al mittente la ricevuta di avvenuta (o mancata) consegna con precisa indicazione temporale. Nel caso in cui il mittente smarrisca la ricevuta, la traccia informatica delle operazioni svolte, conservata per legge per un periodo di 30 mesi, consente la riproduzione, con lo stesso valore giuridico, delle ricevute stesse.

Presupposto per la posta elettronica certificata è che mittente e destinatario siano dotati di casella di posta elettronica certificata. Le Camere di Commercio rilasciano caselle di posta elettronica certificata per conto di Infocamere già dal 2004.

La disciplina giuridica della Posta Elettronica Certificata prevede l'utilizzo di questo strumento non solo nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, ma anche tra i privati cittadini. Le principali novità della norma sono:

- nella catena di trasmissione potranno scambiarsi e-mail certificate sia i privati, sia le Pubbliche Amministrazioni. Saranno i gestori del servizio, iscritti in apposito elenco tenuto dal CNIPA (che verificherà i requisiti soggettivi ed oggettivi inerenti ad esempio alla capacità ed esperienza tecnico-organizzativa, alla dimestichezza con procedure e metodi per la gestione della sicurezza, alla certificazione ISO9000), a fare da garanti dell'avvenuta consegna.
- i messaggi verranno sottoscritti con la firma digitale avanzata che dovrà essere apposta sia sulla busta, sia sulle ricevute rilasciate dai gestori per assicurare l'integrità e l'autenticità del messaggio;
- i gestori dovranno conservare traccia dell'operazione per 30 mesi;
- i gestori sono tenuti a verificare l'eventuale presenza di virus nelle e-mail ed informare in caso positivo il mittente, bloccandone la trasmissione;
- le imprese, nei rapporti intercorrenti, potranno dichiarare l'esplicita volontà di accettare l'invio di Posta Elettronica Certificata mediante indicazione nell'atto di iscrizione delle imprese al Registro delle Imprese.

Dall'esame della Posta Elettronica Certificata possiamo dire che questa risponde essenzialmente a tre requisiti fondamentali:

- certezza dell'invio e ricezione della posta;
- celerità;
- riduzione dei costi.

La normativa prevede, in capo alle Pubbliche Amministrazioni, l'obbligo di dotarsi di una casella di posta elettronica certificata così da dare la possibilità, a chiunque ne abbia interesse e/o convenienza, di interagire con le Amministrazioni attraverso questo strumento.

E' opportuno sottolineare, inoltre che la trasmissione del documento informatico per via telematica, mediante posta elettronica certificata, equivale alla notificazione per mezzo della posta con il vantaggio, però, di essere immediatamente utilizzabile da un'applicazione informatica. Infine è importante evidenziare che la data e l'ora di trasmissione e di ricezione di un documento informatico trasmesso mediante posta elettronica certificata sono opponibili ai terzi se conformi alle disposizioni normative dettate in materia e se rispettano le regole tecniche individuate.

### **LA FIRMA DIGITALE**

La "Firma Digitale" è il risultato di una procedura informatica basata sulla cifratura tramite "una coppia inscindibile di chiavi asimmetriche" e su una, necessaria, "infrastruttura di certificazione".

Le "chiavi asimmetriche" sono la coppia di chiavi crittografiche (pubblica e privata), correlate tra loro e da utilizzarsi nell'ambito delle procedure di validazione o di cifratura dei documenti informatici, oltre che per la generazione e l'apposizione della firma digitale.

La "chiave privata" è l'elemento della coppia di chiavi asimmetriche destinato ad essere conosciuto soltanto dal soggetto titolare, e mediante il quale si appone la firma digitale su un documento informatico oppure lo decifra; l'uso esclusivo della chiave privata sostituisce l'esclusività della grafia manuale.

La "chiave pubblica" è l'elemento della coppia di chiavi asimmetriche destinato ad essere reso pubblico, in un apposito albo aggiornato periodicamente dal "certificatore", e mediante il quale si verifica la firma digitale apposta sul documento informatico dal titolare delle chiavi asimmetriche, e dunque l'autenticità personale di chi invia il documento, o per cifrare documenti da inviare al titolare delle chiavi asimmetriche.



La firma digitale, quindi, è il risultato dell'applicazione di una chiave privata ad un documento informatico; chiunque voglia verificare la sua autenticità applicherà la chiave pubblica corrispondente e potrà essere certo, da un lato, della provenienza del documento da parte di una persona che ha la disponibilità della chiave privata, dall'altro dell'integrità del documento stesso al momento dell'applicazione della firma digitale.

La procedura di creazione della coppia di chiavi asimmetriche, privata e pubblica, nonché il controllo della stessa, viene detta "validazione", e consiste nel sistema informatico e crittografico in grado di generare ed apporre la firma digitale (tramite la chiave privata) o di verificarne la validità (tramite la chiave pubblica). La firma digitale, costruita attraverso la complessa procedura sopra descritta, consente a chi firma un documento digitale, sia file di scrittura, foglio elettronico e immagini, di rendere manifesta e garantire:

- l'autenticità, ossia che il documento è originale;
- la paternità, ossia chi ha firmato il documento;
- l'integrità, ovvero che il documento non sia stato modificato dopo essere stato firmato digitalmente;
- l'impossibilità di disconoscere la trasmissione o la ricezione del documento stesso.

La firma digitale si può apporre, come dicevamo, su un qualsiasi documento informatico: atti societari, notifiche, moduli di iscrizione a pubblici registri, comunicazioni alla pubblica amministrazione. I casi di utilizzo della firma digitale, tanto nella pubblica amministrazione quanto nelle imprese, sono sempre più numerosi: si pensi alle procedure di deposito degli atti al Registro delle Imprese o alla piena dematerializzazione dei mandati di pagamento.

L'utilizzo della firma digitale richiede, in capo a chi voglia firmare il documento, la titolarità di un certificato di sottoscrizione digitale (contenuto ad esempio in una Carta Nazionale dei Servizi) che permette di generare il processo di firma digitale mediante l'utilizzo delle chiavi asimmetriche così come sopra descritto.

Perché tutto il processo abbia validità, nei modi e nei termini indicati, è necessaria una infrastruttura tecnologica (PKI, Public Key Infrastructure) gestita da un Ente certificatore, ovvero un soggetto iscritto in un apposito elenco tenuto dal CNIPA (Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione) che abbia precisi compiti e responsabilità.

### **CARTA NAZIONALE DEI SERVIZI**

La carta nazionale dei servizi, che ha sostituito la smart card, è un documento rilasciato su supporto informatico per consentire l'accesso per via telematica ai servizi erogati dalle pubbliche amministrazioni così come disciplinato prima dal D.P.R. 445/2000 e poi dal codice dell'amministrazione digitale.

La carta nazionale dei servizi permette di accedere ai servizi online della pubblica amministrazione su tutto il territorio nazionale. La normativa stabilisce che all'emissione della carta nazionale dei servizi provvedono, su richiesta del soggetto interessato, le pubbliche amministrazioni che intendono rilasciarla. Le Camere di Commercio, in qualità di interlocutori privilegiati del sistema imprese ed in relazione all'elevato livello di informatizzazione raggiunto, hanno rilasciato dapprima le smart card e successivamente le Carte Nazionali dei Servizi.

La carta nazionale dei servizi può essere utilizzata anche per i pagamenti informatici tra soggetti privati e pubbliche amministrazioni. In particolare le pubbliche amministrazioni centrali con sede nel territorio italiano dovrebbero permettere l'effettuazione dei pagamenti ad esse spettanti con l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.



Il DPR 117/2004, concernente le regole tecniche per il rilascio e la durata, dispone che la carta nazionale dei servizi contenga un certificato di autenticazione consistente nell'attestato elettronico che assicura l'autenticità delle informazioni necessarie per l'identificazione in rete del titolare della carta nazionale dei servizi, rilasciato da un certificatore accreditato e un certificato di sottoscrizione per firmare digitalmente i documenti (si veda la parte sulla firma digitale). La carta nazionale dei servizi, oltre a contenere i certificati di autenticazione e sottoscrizione, contiene i dati identificativi del titolare, il codice numerico di identificazione della carta, nonché le date del suo rilascio e della sua scadenza; può contenere, inoltre, informazioni di carattere individuale generate, gestite e distribuite dalle pubbliche amministrazioni per attività amministrative e per l'erogazione dei servizi al cittadino.

Si precisa che la durata temporale della Carta Nazionale dei Servizi è determinata dall'Amministrazione emittente e, comunque, per ragioni di sicurezza non può essere superiore a sei anni. Da ultimo Infocamere, la società che gestisce le banche dati delle Camere di Commercio, ha creato la Business Key, una chiave USB evoluta infatti contiene l'applicazione che permette di sottoscrivere documenti informatici con lo stesso valore legale di una firma autografa su carta.

Rispetto alla Carta Nazionale dei Servizi la business Key non necessita del lettore collegato al computer per firmare.

### **CARTA D'IDENTITÀ ELETTRONICA (CIE)**

La carta d'identità elettronica già disciplinata dal D.P.R. 445/2000 è destinata a sostituire progressivamente la tradizionale carta d'identità su supporto cartaceo. E' una tessera di plastica contenente una banda ottica in grado di memorizzare una grande quantità di dati con un elevato livello di sicurezza ed un microprocessore per l'utilizzo come "carta servizi".

La carta d'identità contiene i dati identificativi del cittadino, e cioè gli stessi presenti sulla carta d'identità cartacea più il codice fiscale, pertanto sostituirà anche quest'ultimo che non sarà più emesso.

I dati sono stampati sul supporto plastico e saranno visibili in chiaro anche sulla banda ottica, oltre ad essere memorizzati in forma elettronica sia nella banda ottica stessa sia nel microprocessore.

La Carta d'identità elettronica potrà contenere il gruppo sanguigno, i dati sanitari di carattere amministrativo, la firma digitale e potrà essere utilizzata come tessera elettorale e carta di pagamento. Inoltre è stata pensata come "chiave di accesso" del cittadino ai servizi telematici della pubblica amministrazione, attraverso il microprocessore di cui è dotata.

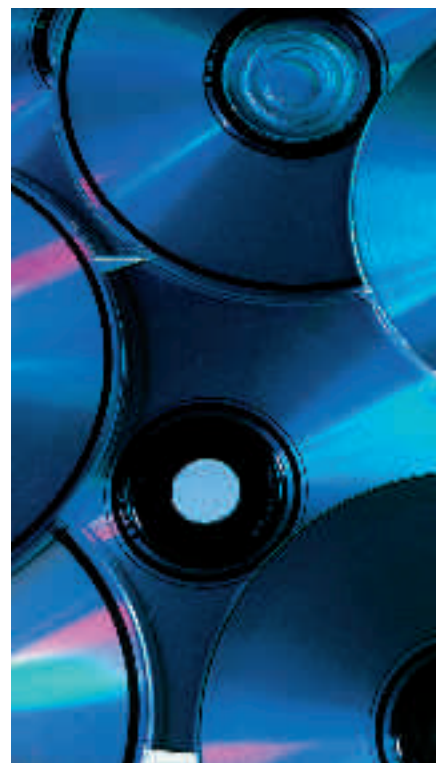
Infatti la Carta d'identità elettronica permette di effettuare anche la maggior parte delle operazioni possibili con la carta nazionale dei servizi

Al fine di garantire le adeguate misure di sicurezza nell'emissione della CIE, il Ministero dell'Interno ha predisposto appositamente un complesso Sistema di Sicurezza del Circuito di emissione (SSCE), a cui tutti i Comuni devono collegarsi nel momento di rilascio della carta.

E' prevista per l'utilizzo da parte del cittadino, sempre per motivi di sicurezza, la digitazione di un PIN, cioè un codice personale come per il Bancomat, che gli verrà consegnato al momento dell'emissione della carta.

### **I SITI INTERNET DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI**

Nel quadro degli obiettivi che il Legislatore si è prefissato con il Codice dell'Amministrazione Digitale riveste un ruolo significativamente importante anche la struttura dei siti internet delle pubbliche amministrazioni.





Infatti, sulla scorta di apposite normative emanate al riguardo, le informazioni contenute nei siti internet dovranno essere strutturate in maniera coerente, rendendole quindi facilmente reperibili dalla totalità degli utenti

Per offrire un servizio sempre più accurato al cittadino, si dovrebbero mettere a sua disposizione una serie di strumenti per interagire direttamente con le istituzioni pubbliche.

Implementando questi strumenti è possibile consentire al cittadino di inviare suggerimenti, domande, moduli di iscrizione o di prenotazione e simili, ricevendo nel contempo informazioni personalizzate e dettagliate.

### **CONCLUSIONI**

In chiusura di disamina appare doveroso evidenziare come il Governo abbia deciso di raggiungere i principi dell'efficienza, efficacia ed economicità sanciti dal D.Lgs. 29/93 e poi ripresi nel D.Lgs. 165/2001, principi sempre vivi nella mente dei cultori della disciplina concernenti le pubbliche amministrazioni ma mai in pieno applicati, proprio attraverso l'e-government e quindi attraverso la digitalizzazione anche dei servizi camerali.

Mediante questa forte azione intrapresa nell'ottica di ammodernamento della Pubblica Amministrazione ci si auspica di raggiungere due risultati:

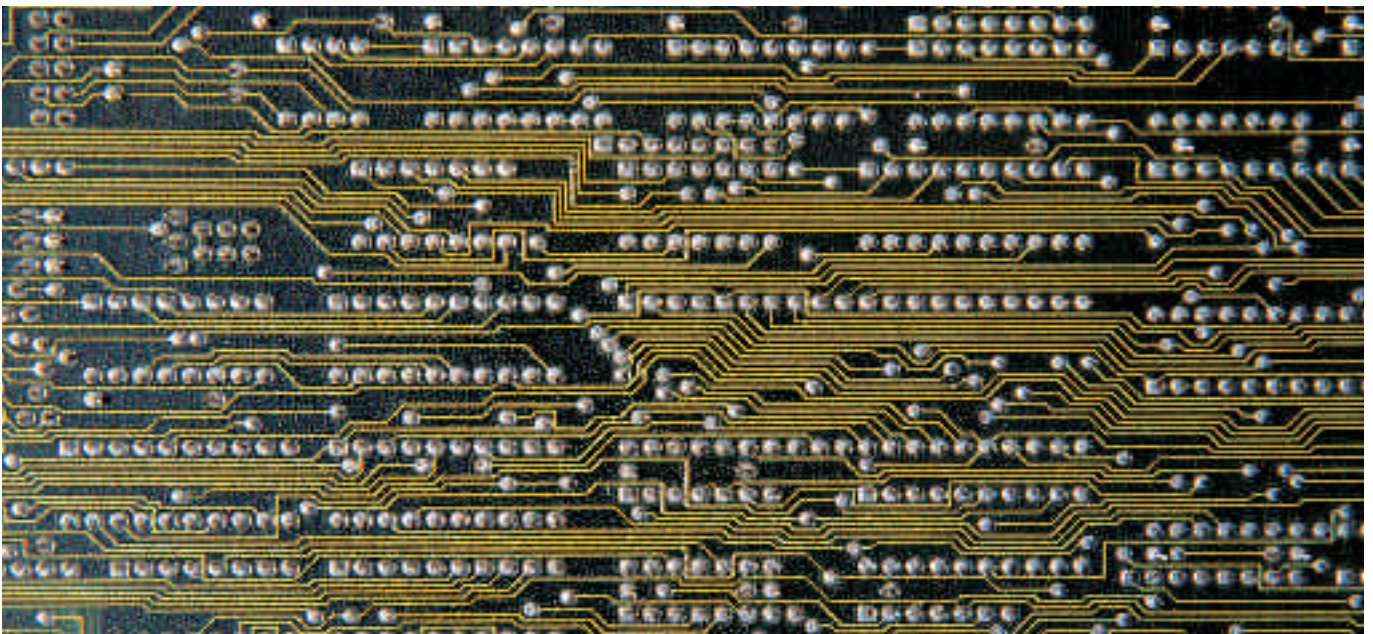
Snellire la Pubblica Amministrazione adattandola alle esigenze di un paese in profonda trasformazione: infatti dal lato del tessuto produttività il Paese necessita di una Pubblica Amministrazione estremamente efficiente che possa aiutare le imprese nel difficile compito di misurarsi con la concorrenza straniera. Dal lato cittadino, tenuto anche conto dell'innalzamento dell'età della popolazione, garantire l'erogazione degli indispensabili servizi senza doversi fisicamente spostare da una Pubblica Amministrazione all'altra ma potendo comunque richiedere i servizi dalla propria dimora. La riduzione della mobilità per garantire la puntuale applicazione dei doveri nei confronti della Pubblica amministrazione ma anche per chiedere l'erogazione di servizi permette anche un decongestionamento delle città (ove sono concentrati gli Uffici pubblici) e, nel contempo, può rappresentare seppur in minima parte un primo passo verso un utilizzo più saggio delle risorse energetiche (si pensi a quante sono le persone che per raggiungere un ufficio utilizzano la propria autovettura!) ed una riduzione dell'inquinamento.

Ridurre i costi di gestione della Pubblica Amministrazione. Una rigorosa azione volta all'e-government ed all'utilizzo intensivo delle procedure informatiche e telematiche permetterebbe sicuramente una riduzione dei costi della "burocrazia" sia in termini di risorse umane sia in termini di beni e servizi necessari per il suo funzionamento. Nel medio e lungo periodo permetterebbe dunque anche di centrare l'obiettivo che da più anni viene enunciato nelle leggi finanziarie che si susseguono di ridurre le spese della pubblica amministrazione.

I concetti appena enunciati appaiono particolarmente evidenti se si inquadrano nell'ambito della "vision" caratterizzante l'azione intrapresa. Tale vision prevede:

- "Delocalizzazione": il cittadino potrà ottenere, indipendentemente dal vincolo della competenza territoriale o di residenza, ogni servizio pubblico, cui ha titolo, rivolgendosi ad una qualsiasi amministrazione di front-office;
- "Decertificazione": il cittadino all'atto della richiesta di un servizio dovrà fornire solo i dati necessari per la sua identificazione. Una volta identificato, sarà compito del sistema informativo di front-office reperire, presso ogni amministrazione che le possiede, tutte le informazioni che consentono di autorizzare la erogazione del servizio richiesto;
- "Semplificazione": il cittadino non dovrà conoscere l'organizzazione dello Stato per l'erogazione dei servizi, ma potrà richiedere servizi esclusivamente in base alle proprie esigenze, non in base alla conoscenza di quale amministrazione fa che cosa;
- "Snellimento": il cittadino dovrà poter comunicare solo una volta all'amministrazione, nel momento in cui si verificano, le variazioni che corrispondono ad eventi della vita propria o, quando ne ha titolo, della vita di terzi. Questa comunicazione produrrà automaticamente tutti gli effetti conseguenti. L'amministrazione manterrà un profilo per ogni cittadino che le consente di notificare la variazione a tutti gli enti interessati e di attuare i conseguenti servizi. Su questo aspetto recentemente è stata emanata la legge n. 40 del 2/4/2007 (c.d. Legge Bersani) che prevede la comunicazione unica per la nascita dell'impresa, da inoltrare telematicamente al Registro Imprese tenuto dalle Camere di Commercio e valida per assolvere tutti gli adempimenti amministrativi ai fini previdenziali, assistenziali, fiscali nonché per l'ottenimento del codice fiscale e della partita IVA.

In conclusione si può senz'altro affermare che l'Italia ha deciso di rivestire un ruolo di primo piano nello scenario internazionale per rilanciare una Pubblica Amministrazione al servizio del sistema produttivo e delle esigenze del cittadino.





# Le buone prassi di responsabilità sociale di impresa

A cura dello  
Sportello CSR

<sup>1</sup> *“Imprenditorialità responsabile - Una raccolta di esempi di buone pratiche rilevati tra le piccole e medie imprese di tutta Europa”*, Bruxelles 2004, DG Imprese, Comunità Europee.

A partire dal Libro Verde sulla Responsabilità Sociale di Impresa del 2001 l'Unione Europea ha favorito la diffusione delle buone pratiche di CSR tra le imprese come impegno prioritario innanzitutto delle istituzioni (europee, nazionali e locali). Lo stesso UE Multistakeholder Forum on CSR ha incentrato molto le sue attività, anche di confronto tra le diverse parti sociali, proprio sul tema della diffusione delle buone prassi. Lo stesso progetto CSR-SC italiano fa un riferimento esplicito ai *Pilastri dello Sviluppo Sostenibile*<sup>1</sup> contenuti nel volume “Imprenditorialità responsabile – Una raccolta di esempi di buone pratiche rilevati tra le piccole e medie imprese di tutta Europa” della DG Imprese, testo riconosciuto come caposaldo per la realizzazione di pubblicazioni e premi sulla responsabilità sociale di impresa. Quasi rovesciando la tradizionale definizione di CSR, i Pilastri definiscono l'imprenditorialità responsabile (non più quindi solo sociale): per imprenditorialità responsabile s'intende, infatti, uno stile di gestione finalizzato ad accrescere il contributo positivo che l'impresa reca alla società e minimizzare nel contempo gli effetti negativi sulle persone e sull'ambiente.

Questo concetto identifica il modo in cui gli imprenditori interagiscono quotidianamente con le altre parti in causa: clienti e soci d'affari sul mercato, dipendenti sul luogo di lavoro, comunità locale ed ambiente.

Gli imprenditori responsabili:

- trattano clienti, soci d'affari e concorrenti con equità ed onestà;
- hanno a cuore salute, sicurezza e benessere generale di dipendenti e consumatori;
- motivano la forza lavoro offrendo opportunità di formazione e sviluppo;
- danno prova di senso civico nell'operare a livello di comunità locale;
- rispettano le risorse naturali e l'ambiente.

L'imprenditorialità responsabile può altresì contribuire a diffondere un'immagine più positiva degli imprenditori nella società e ad incoraggiare un maggior numero di giovani a scegliere il lavoro autonomo in quanto promettente sotto il profilo professionale. Ciò favorisce dunque il conseguimento dell'obiettivo dell'UE di promuovere uno spirito imprenditoriale in Europa. Sta qui il ruolo positivo delle buone prassi. Alle autorità pubbliche, tra cui l'UE, spetta un ruolo importante nell'incoraggiare l'interscambio d'esperienze e buone pratiche, nel consolidare le conoscenze e nell'offrire incentivi e sostegno. Il Forum europeo multilaterale sulla RSI organizzato nell'ottobre 2002 rappresenta un punto

focale per queste iniziative ed ha inserito la promozione della RSI tra le PMI tra le sue quattro tematiche prioritarie.

Si parla di pratiche “buone” anziché “ottimali” in quanto scopo principale delle selezioni di buone prassi è quello di dar risalto alla diversità dei settori d’attività e dimensioni delle imprese rappresentati nelle diverse raccolte di pubblicazione. L’individuazione delle “pratiche ottimali” richiede invece un processo comparativo o la definizione di parametri di riferimento per la valutazione (*benchmarking*).

Se le buone prassi sono poi a livello comunitario o internazionale, la “misurazione” delle prassi aumenta di difficoltà in quanto il quadro normativo di ciascun paese determina in che misura l’attività di un’impresa può superare quanto prescritto dalla legge, ma anche nello stesso paese (vediamo i differenti sistemi economici in Italia a livello territoriale) quello che la società in generale considera un comportamento responsabile per le imprese può variare in funzione di elementi quali storia, cultura, livello di sviluppo socioeconomico e ruolo dello stato e del settore privato nella società.

Ciò che in un Paese è ritenuto una pratica innovativa d’imprenditorialità responsabile potrebbe essere valutato in un altro come «mera» osservanza della legge o come normale condotta aziendale. Ogni caso va quindi giudicato per quello che è, inquadrandolo nello specifico contesto nazionale, regionale o addirittura locale. Un gruppo di esperti, riunitosi cinque volte tra il maggio 2002 e il giugno 2003, ha elaborato un «quadro concettuale» (cfr. tabella I) su cui si basa la divisione in capitoli, intitolati rispettivamente mercato, luogo di lavoro, comunità, ambiente. Si tratta degli elementi costitutivi dell’imprenditorialità responsabile, che corrispondono ai tre pilastri (economico, sociale ed ambientale) su cui si fonda il concetto di sviluppo sostenibile. Il pilastro sociale ha a sua volta una dimensione interna (luogo di lavoro) ed una esterna (comunità).

Sebbene la linea di demarcazione tra gli argomenti trattati in ciascun capitolo sia a volte alquanto sfumata, la suddivisione in categorie giova alla chiarezza della presentazione ed alla esemplificazione delle tematiche che entrano concretamente in gioco quando si parla di imprenditorialità responsabile. Il quadro legislativo e le motivazioni alla base dell’impegno delle PMI variano inoltre da una categoria all’altra. Mentre in tema di luogo di lavoro e d’ambiente intervengono normative di livello relativamente elevato in molti paesi dell’UE, la categoria della comunità è molto meno regolamentata ed offre quindi alle imprese molta più libertà di trascendere gli obblighi giuridici. Non deve dunque sorprendere il fatto che le motivazioni etiche sembrano essere quelle che hanno un peso preponderante nell’indurre le PMI ad impegnarsi in attività in favore della comunità, mentre in campo ambientale risultano più importanti gli incentivi rappresentati dai vincoli normativi e dalle pressioni della catena di approvvigionamento.

Si osservi, parimenti, che la maggior parte delle imprese citate nella presente pubblicazione adotta pratiche d'imprenditorialità responsabile in più settori. Si è deciso pertanto d'inserire una quinta categoria di casi «integrati», nella quale figurano le imprese impegnate ad affrontare l'intera gamma delle problematiche attinenti all'imprenditorialità responsabile.

I casi sono stati selezionati in riferimento a quattro criteri:

1. rilevanza imprenditoriale: la pratica deve presentare un chiaro nesso tra i vantaggi per l'impresa e i vantaggi per la società;
2. impostazione strategica: deve risultare possibile integrare la pratica in una più ampia strategia aziendale;
3. comunicazione: la pratica va comunicata attraverso canali formali e informali allo scopo di coinvolgere/informare le varie parti in causa;
4. dinamismo del processo: la pratica dovrebbe rientrare in un processo di miglioramento dinamico e continuo, che s'inserisca nel quadro di una prassi consolidata d'imprenditorialità responsabile.

In tutta Europa, ma in Italia in particolare si è sviluppato un proliferare di raccolte di buone prassi sulla CSR, premi, riconoscimenti. Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali nel 2005 ha raccolto 30 buone prassi su ciascuno dei 4 aspetti sopra richiamati pubblicizzate in un evento "CSR in Pole Position", svoltosi a Maranello presso lo stabilimento della Ferrari. E', invece, del 2002 la prima edizione del Sodalitas Social Award ([www.sodalitas.it](http://www.sodalitas.it)) il premio che raccoglie, in un annuale Libro d'Oro, le buone prassi delle piccole, medie e grandi aziende italiane. Negli ultimi anni, con il proliferare di iniziative di diffusione della CSR ad opera di Regioni (Toscana, ad esempio) e Camere di Commercio (Milano, Roma, Rovigo, Padova, solo per citare alcune delle esperienze più significative), sono state pubblicate raccolte di buone prassi e presentate in varie manifestazioni: premi, convegni, eventi fieristici incentrati proprio su tali temi.

Tabella 1 – Quadro concettuale

Pilastri dello sviluppo sostenibile				
	Economico	Sociale	Ambientale	
Principali gruppi interessati	<b>Mercato</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Clienti/consumatori</li> <li>Contrattanti/fornitori e soci d'affari</li> <li>Investitori</li> <li>Settore pubblico</li> </ul>	<b>Luogo di lavoro</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dipendenti</li> <li>Sindacati</li> <li>Datori di lavoro</li> <li>Comunità locale</li> <li>Organizzazioni imprenditoriali</li> <li>Autorità pubbliche</li> </ul>	<b>Comunità</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Autorità pubbliche</li> <li>ONG</li> <li>Esempi: organizzazioni di datori di lavoro locali, ospedali, scuole, organizzazioni della società civile</li> </ul>	<b>Ambiente naturale, Portavoce per l'ambiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ONG</li> <li>Comunità locale</li> <li>Cittadini/consumatori</li> <li>Dipendenti</li> <li>Autorità pubbliche</li> </ul>
Famiglie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestione responsabile della catena di approvvigionamento (dall'acquisto di componenti al pagamento finale)</li> <li>Qualità</li> <li>Innovazione</li> <li>Sicurezza del prodotto</li> <li>Corretta determinazione dei prezzi</li> <li>Soddisfazione del cliente e aspettative dei consumatori</li> <li>Pubblicità etica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversità del luogo di lavoro</li> <li>Pari opportunità</li> <li>Equilibrio vita/lavoro</li> <li>Salute e sicurezza</li> <li>Formazione e sviluppo del personale</li> <li>Soddisfazione del lavoratore</li> <li>Ributazione e benefici</li> <li>Creazione/mantenimento di posti di lavoro</li> <li>Diritti dei lavoratori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrazione sociale (tolleranza etica e coesione sociale)</li> <li>Assistenza sanitaria</li> <li>Istruzione</li> <li>Qualità della vita (sport/cultura)</li> <li>Rigenerazione e sviluppo economico/occupazione</li> <li>Infrastrutture locali</li> <li>Sicurezza</li> </ul>	<p>Con riferimento a prodotti/processi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Uso delle risorse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Materiali: esaurimento delle risorse</li> <li>Uso delle acque: impatto sui vari habitat, siccità</li> <li>Energia: cambiamento climatico, acidificazione</li> </ul> </li> <li><b>Rifiuti</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Innestramento: utilizzo dei terreni, contaminazione dei terreni, delle falde acquifere ecc.</li> </ul> </li> <li><b>Inquinamento</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inquinamento atmosferico (cambiamento climatico, riduzione dello strato di ozono, acidificazione, smog, salute)</li> <li>Inquinamento idrico (eutrofizzazione, alterazione dei diversi habitat)</li> <li>Contaminazione dei terreni (accumulo di agenti inquinanti negli ecosistemi)</li> <li>Riduzione della biodiversità</li> </ul> </li> </ol>
Stipendi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ettichettatura (informazioni sul prodotto)</li> <li>Carta dei consumatori</li> <li>Marketing (in particolare marketing solidale)</li> <li>Comunicazione esterna</li> <li>Norme (es. ISO 9000, SA 8000, etichette sociali)</li> <li>Sistemi di gestione della qualità</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conoscenza della legislazione da parte dei dipendenti</li> <li>Schemi di lavoro flessibili</li> <li>Partecipazione dei dipendenti al processo decisionale (idemocrrazia sul luogo di lavoro)</li> <li>Relazioni con i sindacati</li> <li>Programmi di disaccamento</li> <li>Collaborazione con reti/soggetti interessati esterni</li> <li>Norme (per es. SA 8000, etichette sociali)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donazioni di denaro</li> <li>Donazioni in natura</li> <li>Prestazioni gratuite di servizi</li> <li>Frutto di risorse aziendali</li> <li>Partecipazione del dipendente/volontariato</li> <li>Partecipazione dei datori di lavoro in che modo (modalità della partecipazione):</li> <li>Azioni una tantum</li> <li>Collaborazione (con soggetti pubblici e privati)</li> <li>Azioni commerciali/sponsorizzazioni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anticipazione delle normative</li> <li>Sistemi di gestione ambientale: formali e informali (EMAS, ISO 14000)</li> <li>Protezione per l'ambiente</li> <li>Valutazione del ciclo vitale</li> <li>Etichette ecologiche a livello nazionale e dell'UE</li> <li>Dichiarazioni ambientali sul prodotto: certificate ed autoverificate</li> <li>Produzione pulita</li> <li>Attività di R&amp;D</li> <li>Planificazione territoriale: raggruppamenti (clusters), reti, distretti</li> <li>Piano per i trasporti</li> <li>Accordi volontari</li> </ul>

# Il bando per imprese impegnate in percorsi di Responsabilità Sociale

*A cura dello Sportello CSR-SC*

## 1. PREMESSA

La Responsabilità sociale d'impresa (CSR – Corporate Social Responsibility) può definirsi come “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni di carattere sociale e ambientale nelle attività produttive e commerciali e nel loro relazionarsi con le diverse classi di portatori di interesse” (Libro Verde della Commissione Europea, 2001). Agendo in modo socialmente responsabile, l'impresa tiene conto del contributo che la propria attività fornisce alla qualità dell'ambiente e sul piano sociale, preoccupandosi dei rapporti con i propri collaboratori, clienti, fornitori, partner e con la comunità e le istituzioni. La responsabilità sociale d'impresa va intesa al di là del solo rispetto delle prescrizioni di legge e si riferisce a pratiche e comportamenti che una impresa adotta su base volontaria, nella convinzione di ottenere dei risultati che possano arrecarle benefici e vantaggi. Un comportamento socialmente responsabile contribuisce non solo a creare reputazione e a sostenere l'immagine, ma anche a migliorare i rapporti con i vari interlocutori sociali ed economici dell'impresa (il personale, i clienti, i partner e i fornitori, la comunità locale e le istituzioni, gli investitori, etc.). Ecco perché la CSR non va considerata un semplice optional ma come fattore di crescita e di rinforzo competitivo.

## 2. OBIETTIVI DEL BANDO

L'obiettivo del presente bando è la raccolta di buone prassi delle imprese della provincia di Chieti, per dar modo alle imprese del territorio, che sono impegnate in azioni socialmente responsabili, di fare conoscere e di valorizzare le proprie iniziative, raccogliendo anche quelle azioni attuate in maniera inconsapevole.

## 3. SOGGETTI BENEFICIARI

Il bando è destinato alle imprese di ogni dimensione e dei vari settori economici che abbiano sede legale e/o operativa nella provincia di Chieti.

## 4. OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE

La partecipazione al bando offre all'impresa l'opportunità di:

- **far conoscere le proprie iniziative e comportamenti** che, al di là degli obblighi di legge, hanno ricadute positive per i collaboratori, i partner commerciali, i clienti, i consumatori, la comunità locale, l'ambiente;
- **qualificare l'immagine e rinforzare la reputazione;**

- **dimostrare la propria cultura d'impresa e la capacità gestionale innovativa**, in linea con gli orientamenti UE sulle politiche di competitività responsabile (es. Agenda di Lisbona, Libro Verde sulla CSR, Alleanza Europea per la CSR, etc.)

Le buone prassi raccolte saranno pubblicizzate sul sito della Camera di Commercio di Chieti in una rassegna appositamente dedicata, oltre che attraverso eventuali altre iniziative (stampa, eventi aperti al pubblico), previo consenso di ciascuna impresa.

#### **5. MODALITA' DI PARTECIPAZIONE AL BANDO**

La partecipazione al bando è aperta alle imprese che, oltre alla conformità alle normative vigenti, abbiano realizzato o stiano mettendo in atto comportamenti e iniziative attinenti ai seguenti campi di applicazione della CSR (almeno due campi):

- qualità del lavoro e delle relazioni con il personale (incluso il capitolo delle pari opportunità);
- progetti e iniziative a favore della comunità e del territorio;
- progetti, iniziative, sistemi di gestione con impatti positivi sulle problematiche ambientali;
- qualità delle relazioni con i fornitori, partners commerciali, clienti e consumatori;
- innovazione di prodotto o di servizio di rilevanza sociale e ambientale.

La domanda di ammissione alla selezione dovrà essere presentata **mediante invio per raccomandata A.R.** all'indirizzo: Camera di Commercio di Chieti Sportello CSR-SC Responsabilità Sociale di Impresa, Piazza G.B. Vico, 3 – 66100 Chieti oppure, utilizzando la posta elettronica certificata in dotazione dell'azienda ed inviando la scheda di partecipazione in formato pdf al seguente indirizzo email: [cciaa.chieti@ch.legal-mail.camcom.it](mailto:cciaa.chieti@ch.legal-mail.camcom.it).

Il bando e la scheda di partecipazione sono disponibili sul sito Internet della Camera di Commercio all'indirizzo [www.ch.camcom.it](http://www.ch.camcom.it).

Successivamente all'iscrizione, un funzionario della Camera di Commercio di Chieti contatterà l'impresa per raccogliere eventuali informazioni di maggior dettaglio sul caso di buona prassi di CSR segnalato.

#### **PERIODO DI PRESENTAZIONE**

Le domande potranno essere presentate **fino al 31/01/2008**.

#### **COMITATO TECNICO DI VALUTAZIONE E RESPONSABILITÀ DEL PROCEDIMENTO**

Ai fini della valutazione delle schede di adesione e delle relative buone prassi presentate è costituito un apposito Comitato Tecnico di Valutazione, nominato dalla Giunta della Camera di Commercio di Chieti, composto dal Dirigente dell'Area III "Monitoraggio e Regolazione del Mercato" della Camera di Commercio di Chieti, da un rappresentante della Provincia di

Chieti, da un esperto nel campo delle politiche del lavoro, da un esperto nel campo delle politiche ambientali e da un rappresentante del terzo settore.

Le funzioni di segreteria saranno disimpegnate da un funzionario camerale incardinato nel servizio IV “Ricerca economica, Promozione”.

Sarà primario compito del Comitato Tecnico di Valutazione la definizione delle procedure di valutazione delle buone prassi secondo i criteri stabiliti dal progetto CSR-SC di Unioncamere, al fine di garantire la massima trasparenza operativa. Al termine della valutazione, le buone prassi selezionate dal Comitato Tecnico saranno approvate dalla Giunta Camerale.

Ai sensi della legge 241 del 7.8.1990 "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi" e successive modifiche ed integrazioni, il procedimento amministrativo riferito al presente bando di concorso è assegnato alla Camera di Commercio di Chieti, nella persona del Segretario Generale o di persona da lui delegata.

#### **8. INFORMATIVA PER IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI IDENTIFICATIVI**

Ai sensi del D.Lgs. n. 196 del 30 giugno 2003 “Codice in materia di protezione dei dati personali”, si informa che tutti i dati personali in possesso della Camera di Commercio saranno trattati esclusivamente per le finalità del presente bando e nel rispetto dell’art 13 del D.Lgs. 196/2003. Si comunica, al riguardo, che:

- a) in caso di mancata comunicazione dei dati richiesti non si potrà partecipare all’iniziativa;
- b) il responsabile del trattamento dei dati è il Segretario Generale della Camera di Commercio di Chieti.

Per informazioni sulla Responsabilità Sociale di Impresa:

**Sportello CSR-SC**  
**Responsabilità Sociale di Impresa**  
**Camera di Commercio di Chieti**

Tel. 0871/5450431

Fax 0871/552934

E-mail: [csr@ch.camcom.it](mailto:csr@ch.camcom.it)



## DonnAttiva, più opportunità nel mondo del lavoro

Organizzato dall’Azienda speciale “Agenzia di Sviluppo” della Camera di Commercio di Chieti per conto dei partner pubblici e privati – Provincia di Chieti (leader), Efeso, Consul&job, ISE, Centro di Solidarietà di Pescara, Comune di Vasto, Abruzzo Sviluppo, Innova, Ciapi, si è svolto nella sede dell’ente camerale il workshop tematico dal titolo “*Le buone prassi e il mainstreaming nella sperimentazione del progetto Equal Donnattiva*” che ha presentato i primi risultati dell’iniziativa Donnattiva.

L’incontro – che ha visto anche la partecipazione di 35 ospiti spagnoli ed olandesi presenti nell’ambito del meeting transnazionale – ha ospitato, tra gli altri, gli interventi del presidente dell’Azienda speciale “Agenzia di Sviluppo” Adriano Lunelli, del dirigente della Provincia di Chieti Cesare Di Martino, di Eliana Menna Assessore alle politiche sociali del Comune di Vasto, di Gino Vinciguerra collaboratore del progetto Donnattiva e di Giovina Tomassi Consigliera di Pari opportunità della Provincia di Chieti.

I relatori del workshop, nell’illustrare le modalità e i risultati delle fasi fin qui concluse, hanno formulato approfondimenti sulla replicabilità delle attività svolte sul territorio e sulle possibili sperimentazioni nell’ottica della progettazione in ambito nazionale ed europeo.



Il progetto Donnattiva è finalizzato a risolvere i problemi legati alla presenza di pregiudizi sulle competenze e sulle capacità professionali delle donne, alle difficoltà di conciliazione tra lavoro e impegni familiari e alla presenza di numerosi meccanismi di segregazione verticale e orizzontale, oltre a quelli legati all’assenza o alla carenza di politiche dei tempi.





Obiettivo è infatti far conoscere alle donne della Provincia di Chieti tutte le opportunità presenti nel territorio ed accedervi con facilità al fine di acquisire le conoscenze e le competenze per un loro ingresso nel mondo del lavoro e per rafforzare le posizioni lavorative: in altri termini acquisire maggiore capacità 'sociale' (di inserimento nella vita sociale e collettiva, di relazione, di negoziazione del proprio ruolo nel sistema familiare), e lavorativa (di creare impresa; di realizzare servizi di conciliazione vita - lavoro, di inserimento nel mercato del lavoro; di orientarsi nel mercato del lavoro, di responsabilità politica e decisionale).

Le diverse fasi del progetto Donnattiva hanno previsto:

- a) un'intensa attività di promozione del progetto e sensibilizzazione alle tematiche affrontate al fine di contattare il maggior numero di persone provenienti da Associazioni di categoria, Sindacati, Istituzioni e imprese da un lato, donne dall'altro;
- b) la costituzione di una banca dati per definire i fabbisogni e le opportunità delle donne;
- c) la creazione del Centro DonnAttiva presso la sede della Consigliera di Parità della Provincia di Chieti e del Centro DonnAttiva per l'inclusione sociale presso il Comune di Vasto, per le problematiche di esclusione e di inclusione sociale e lavorativa delle donne;
- d) l'elaborazione di tre modelli di sperimentazione formativa in grado di sviluppare azioni di promozione dell'occupazione e dell'inclusione delle donne, due dei quali già sviluppati mentre il terzo si svolgerà entro la fine del 2007.

Per dare continuità al progetto, l'azienda speciale "Agenzia di Sviluppo", nell'ambito delle linee di intervento generali previste per il 2008 a sostegno per lo sviluppo dell'occupabilità e della imprenditorialità, ha previsto la stipula di un accordo con la Consigliera di Pari opportunità della Provincia di Chieti per l'erogazione di servizi di assistenza specialistica all'avvio di nuove imprese femminili nell'ambito dello sportello DonnAttiva, che sarà attivato nei primi mesi del prossimo anno.



# Innovazione e trasferimento tecnologico per le PMI

*“Innovazione e trasferimento tecnologico per le Pmi”* è il titolo dell’incontro tematico riservato alle aziende metalmeccaniche organizzato dall’Azienda speciale “Agenzia di Sviluppo” della Camera di Commercio di Chieti. L’iniziativa rientra nel più ampio progetto avviato dall’ente camerale con l’obiettivo di creare nuove opportunità e di facilitare i processi di trasferimento tecnologico tra le piccole e medie imprese con la collaborazione tra imprese operanti nel territorio provinciale, centri di ricerca ed Università. Nel corso dell’incontro gli esperti e docenti universitari dell’Università Politecnica delle Marche hanno illustrato agli imprenditori chietini alcuni casi reali di trasferimento tecnologico.



# Corso per sistemisti SA8000

*A cura dell' U.O.  
Promozione*

Il 5 e 6 novembre 2007 presso i locali della sede di Chieti scalo della Camera di Commercio, si è tenuto il secondo corso per Sistemisti SA8000, organizzato dallo Sportello CSR-SC, in collaborazione con il CISE (Centro per l'Innovazione e lo Sviluppo Economico dell'Azienda speciale della CCIAA di Forlì-Cesena accreditato dal SAI), rivolto sia alle imprese operanti nella provincia di Chieti sia ai consulenti. In questa seconda edizione hanno partecipato imprese di grande, media e piccola dimensione, professionisti e cooperative sociali per un totale di 13 persone.

Il corso di formazione ha avuto come obiettivo quello di fornire un'ampia panoramica sui valori, le caratteristiche e il funzionamento della norma SA8000 e delle problematiche connesse con la sua applicazione in un'organizzazione aziendale.

In particolare, nella prima giornata di formazione, i partecipanti hanno ricevuto un'illustrazione storica del sistema e tutti gli elementi necessari per acquisire la conoscenza delle sue principali criticità ed opportunità sia a livello italiano che internazionale. Sono stati illustrati, inoltre, gli otto requisiti sociali della SA8000: lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, discriminazioni, procedure disciplinari, orario di lavoro e retribuzione.

Nella seconda giornata si è fornita un'ampia panoramica del percorso di certificazione con una compiuta analisi delle singole fasi che lo compongono, l'indicazione dei punti critici più frequenti dell'iter certificativo e si è terminato con l'illustrazione delle differenze rispetto agli altri sistemi di gestione e certificazione.





Durante le esercitazioni, effettuate sia nella prima che nella seconda giornata di formazione, si sono proposti numerosi casi di studio che richiedevano l'applicazione dei principi e dei contenuti appresi durante le lezioni attraverso la costituzione di gruppi e la successiva discussione delle soluzioni fornite dagli stessi.

L'intero corso si è basato su una continua interazione con i partecipanti allo scopo di fornire conoscenze direttamente applicabili nel contesto lavorativo e che tenessero conto delle prospettive delle diverse parti interessate.

Al termine della formazione sono stati consegnati gli attestati di partecipazione ed è stata proposta la compilazione di un modulo per l'inserimento nel registro degli esperti SA8000, tenuto dal Network Lavoro Etico che costituisce titolo preferenziale, secondo le procedure del Network Lavoro Etico, per la qualifica come osservatore, come esperto o come interprete da inserire in gruppi di verifica ispettiva durante visite di certificazione SA8000 di aziende.

La soddisfazione complessiva dei partecipanti è stata elevata sia relativamente ai temi trattati che al livello di conoscenza sviluppato su di essi.

Per quanto riguarda le proposte circa eventuali approfondimenti con ulteriori strutture seminariali e/o formative è risultato che sussiste l'interesse per incontri di aggiornamento e di esercitazione sulla tematica ma anche sugli argomenti ambiente qualità e valutazione sistemi di gestione responsabilità sociale.

## Il seminario sul TFR



Organizzato in collaborazione con la Commissione regionale dell'ABI Abruzzo (Associazione bancaria italiana), si è svolto nella sala del Consiglio della Camera di Commercio di Chieti il seminario dal titolo "TFR: riflessioni ed opportunità della nuova normativa", nel quale sono state affrontate le problematiche e le opportunità poste dalla nuova normativa sul TFR (Trattamento di fine rapporto).

Tra gli intervenuti, il presidente della Camera di Commercio Dino Di Vincenzo, il presidente dell'Abi Abruzzo Antonio Di Matteo, l'Assessore regionale alle politiche del lavoro Fernando Fabbiani, Gabriele Livi del settore Legislazione del lavoro dell'Abi, di Francesco Capaccioni direttore commerciale di Fata Assicurazioni, oltre a Giancarlo Gardellin e a Massimo Cervellini, rispettivamente direttore e funzionario Area sindacale di Assindustria Chieti.



## Seminari formativi ed informativi per imprese e per professionisti



La Camera di Commercio di Chieti e la Sezione Costruttori Edili di Confindustria Chieti - Ance Chieti, hanno promosso, tra novembre e dicembre, un ciclo di incontri finalizzato alla formazione-informazione su alcune materie di grande interesse e attualità come “Il Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture”, “La sicurezza nei cantieri” e “Il Risparmio energetico negli edifici”, che ha riscosso una grande partecipazione di imprenditori ed operatori.

L'iniziativa, nata per favorire la conoscenza approfondita degli argomenti affiancando l'analisi della normativa vigente agli aspetti tratti dalla prassi operativa, ha avuto il coordinamento organizzativo della Sia, l'organismo formativo di Confindustria Chieti, ed ha coinvolto quali relatori un folto gruppo di esperti e tecnici: tra questi, Domenico Galli avvocato e professore incaricato di Diritto amministrativo e Diritto degli appalti pubblici e privati presso l'Università LUMSA di Roma; Michele Tritto Dirigente area sicurezza delle costruzioni dell'Ance; Angelo Di Monte Docente Ente scuola edile/Cpt di Chieti; Michele Candreva Dirigente Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale, Lidia Zaninotto Avvocato e consulente in materia di opere pubbliche; Lucrezia Vaccarella, Giancarlo Navarra e Veronica Navarra Avvocati del Foro di Roma; Nicola Massaro Dirigente Area Tecnologie Normative tecniche e qualità delle costruzioni dell'Ance; Marco Zandonà Dirigente area fiscale dell'Ance.



L'iniziativa è stata rivolta non solo agli operatori del settore (imprenditori e responsabili ufficio gare), ma anche referenti dei settori collegati: come funzionari e dirigenti delle Pubbliche Amministrazioni (responsabili uffici tecnici e responsabili uffici appalti e contratti, responsabili di procedimento) e liberi professionisti interessati alla materia (ingegneri, architetti, geometri e avvocati).

Agli appalti pubblici sono state dedicate tre delle cinque giornate. La prima dedicata al codice dei Contratti Pubblici–Appalti di Servizi e forniture, ha riguardato la legislazione comunitaria e nazionale in materia e sulle tipologie di contratto e servizio oggetto di tali appalti, con una particolare attenzione dedicata ad approfondire le caratteristiche dei soggetti partecipanti e i requisiti per la partecipazione alle gare ma anche alle singole procedure di scelta degli appalti di servizi e forniture (procedura aperta, negoziata, ristretta; l'accordo quadro ed i criteri di aggiudicazione) e sui servizi e modi della progettazione degli appalti. Il secondo incontro ha riguardato il difficile argomento della sicurezza nei cantieri, con un'analisi approfondita del quadro normativo della tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro (Testo Unico L. n. 123/2007), con uno sguardo particolare alla normativa sui ponteggi ed alla redazione dei PIMUS, oltre ad alcuni cenni circa i lavori avviati per la creazione di un prezzario della sicurezza nei cantieri.

Altrettanto interesse ha suscitato il terzo appuntamento riguardante la complessa tematica del risparmio dell'energia elettrica – bene sempre più prezioso, ma anche costoso ed in diminuzione, che costituisce una delle note dolenti dell'economia delle piccole e medie imprese locali con impatti e ricadute notevoli anche in ambito ambientale, con uno sguardo sulla normativa vigente, sugli aspetti della certificazione energetica, sull'evoluzione del

prodotto edilizio e delle energie alternative disponibili, facendo anche il punto sugli incentivi fiscali esistenti per le ristrutturazioni edilizie finalizzate a soluzioni di risparmio energetico. Il ciclo di incontri si è concluso con i due moduli che hanno ripreso le tematiche degli appalti pubblici, specificatamente dedicato ai lavori, introducendo l'ambito soggettivo ed oggettivo del Codice dei contratti pubblici e trattando i problemi relativi ai criteri di aggiudicazione e alle offerte anomale, alle garanzie e agli appalti sotto soglia, alle aggiudicazioni provvisorie, al contenzioso, passando per l'analisi del ruolo del responsabile del procedimento e della direzione lavori. Interessanti, nel corso dell'ultimo appuntamento, gli interventi dell'Ance Chieti Paolo Primavera, del presidente nazionale dell'Ance Paolo Buzzetti che ha auspicato a livello governativo una semplificazione amministrativa per gli appalti pubblici, e quello del senatore Giovanni Legnini, che ha spiegato i risvolti della Finanziaria della quale è stato relatore in Parlamento, e che favorisce l'Abruzzo sia dal punto di vista delle infrastrutture (potenziamento della linea ferroviaria Pescara-Roma e fondi programmati destinati all'Anas per strade e servizi), sia a beneficio diretto delle imprese con il nuovo regime che abbassa l'Ires di 5,5 punti.



### **IL CODICE DEI CONTRATTI PUBBLICI**

**Appalti Pubblici di Servizi e Forniture**

Sede: Camera di Commercio  
7 novembre 2007 – Chieti

### **LA SICUREZZA NEI CANTIERI**

Sede: Confindustria  
15 novembre 2007 – Vasto

### **IL RISPARMIO ENERGETICO NEGLI EDIFICI**

Sede: Confindustria  
29 novembre 2007 – Lanciano

### **IL CODICE DEI CONTRATTI PUBBLICI**

**Appalti di Lavori**  
Sede: Confindustria  
7 e 14 dicembre 2007 – Chieti



## La Camera di Commercio in visita alla Sixty



Il progetto del Consiglio “itinerante” della Camera di Commercio di Chieti ha fatto la sua seconda tappa l’11 dicembre scorso nella sede di Sixty Group a Chieti Scalo. Accolti dal direttore del personale Domenico Gentile e dall’amministratore delegato Renato Rossi (al quale lo scorso anno è stato assegnato il Premio speciale della Fedeltà al Lavoro e Progresso Economico), i consiglieri camerali hanno prima svolto la riunione affrontando il previsto ordine del giorno, poi hanno assistito alla presentazione della nota azienda di abbigliamento che ha l’*head quarter* e parte dell’area produttiva nel nostro territorio con circa 120 laboratori collegati. Gentile ha illustrato tutto il per-

corso che ha portato il gruppo diventare uno dei leader nel settore con la produzione e la distribuzione di linee di abbigliamento, accessori e calzature uomo-donna in tutto il mercato internazionale con un fatturato di 700 milioni di euro. Il gruppo Sixty è infatti presente con i suoi brand in circa 7 mila punti vendita di oltre 90 Paesi, con un capillare sistema distributivo che conta circa 300 negozi monomarca nelle città più importanti del mondo. Il successo di Sixty - 2800 dipendenti, 1000 dei quali in Italia e 1800 nelle filiali all’estero – si fonda su una filosofia aziendale che ha nelle risorse umane il suo maggior valore e che punta su concetti-chiave come sperimentazione, trasgressione, creatività e dinamismo. Al termine della presentazione i consiglieri camerali guidati dal presidente Dino Di Vincenzo hanno



***I marchi:***

***Marchi fashion:*** Miss Sixty, Energie, Killah, Sixty.

***Marchi "authentic":*** RefrigiWear, Murphy&Nye, Richlu e Baracuta.

***Il Gruppo Sixty ha inoltre collezioni junior per i marchi Miss Sixty, Energie, Killah, RefrigiWear, Murphy&Nye e Richlu.***



fatto visita nei diversi reparti: “Per tutti noi stata un’esperienza davvero interessante – ha raccontato – ci siamo immersi in un settore produttivo decisamente dinamico che viaggia veloce. La Sixty rappresenta un fiore all’occhiello della nostra provincia e dell’intero made in Italy della moda, forte di una grande organizzazione composta da tantissimi giovani e guidata da un management adeguato alle sfide della competizione globale”. I dirigenti di Sixty hanno annunciato nuovi progetti di riorganizzazione aziendale con nuove partnership e joint venture (una delle quali in India) ma anche continuità nell’impegno sociale attraverso la Onlus che ha finalità di ausilio ai dipendenti e al territorio, oltre che a livello internazionale con il contributo fattivo dato al “Progetto Acqua” avviato con il Club alpino italiano in Tanzania.



## La storia

- 1989** Nasce *Sixty srl*, con la prima *linea Energie*, una collezione di 7 capi dallo stampo innovativo ed irriverente: jeans con inserti di tela peruviana, t-shirt oversize, stampate streetsyle che conquistano il mercato.
- 1990** Energie viene affiancato da una *nuova linea: Sixty*.
- 1991** In breve la commercializzazione e la rete vendita coprono tutto il territorio italiano con enorme successo. Nasce la prima collezione femminile *Miss Sixty*: linea femminile di Energie, negli anni conquista il suo spazio, divenendo uno dei più apprezzati e conosciuti marchi del gruppo.
- 1992** L'azienda sancisce definitivamente e ufficialmente la propria presenza in nuovi mercati con *l'istituzione di filiali estere*, prima delle quali la *Sixty USA*; 16 nuove filiali si costituiscono in Europa e nel resto del mondo.
- 1993** È l'anno dell'acquisizione del marchio *Murphy&Nye*.
- 1995** Il successo nei mercati americano, asiatico e mediorientale si consolida, *Sixty diventa una SpA*.
- 1997** Nasce la *linea donna Murphy&Nye*.
- 1998** La seconda linea femminile prende corpo: *Killah*, il marchio dedicato a ragazze intraprendenti coincide, temporalmente, con un fatturato di successo: 117 milioni di euro.
- 1999** Nasce il *primo monomarca Sixty*: un negozio *Miss Sixty* a Londra, Covent Garden, la prima di una lunga serie di aperture. Oggi sono più di 200 i monomarca del Gruppo in tutto il mondo.
- 2000** Nasce la *linea Eyewear Miss Sixty*: linea di occhiali da sole e di recente anche da vista. È il lancio anche della *linea footwear per i marchi Miss Sixty, Energie e Killah*, e del via alla *linea bambino Murphy&Nye*.
- 2001** Il marchio *Refrigiwear*, gestito in partnership con la Cruzcampo, entra a far parte del brand portfolio *Sixty Group*.
- 2003** *Refrigiwear* arricchisce la propria gamma di prodotti con l'integrazione della linea 'Bimbo'. Continua il *piano di espansione in nuovi mercati e di nuove aperture*, che continuerà nel 2004 con un occhio di riguardo ai flagship Store, tra i quali Tokyo, Milano, Los Angeles, San Francisco e Shanghai.
- 2004** Vengono siglati *accordi importanti*, uno dei quali con *Coty Inc.* per la produzione e distribuzione di una nuovissima fragranza *Miss Sixty* nel 2005.
- 2005** Vede il lancio sul mercato delle nuove linee junior *Energie* e *Miss Sixty* e il concretizzarsi di partnership con importanti realtà del panorama internazionale per il lancio di nuovi prodotti quali i gioielli by *Morellato* e le borse e la piccola pelletteria by *Coccinelle*. Per *Energie* parte la nuova collaborazione con *Principe* per la produzione di una linea di pelletteria ed accessori.
- 2006** Nasce a Riccione il *Sixty Hotel*, primo albergo a quattro stelle dedicato agli under 30 con colori funky, design futuristico e graffiti alle pareti.
- 2007** Nasce *Bandits du monde* una linea che punta ad una ricercatezza del dettaglio in forma di finitura ed interventi artigianali, il che rende i capi estremamente personalizzati.

## Incontro con la delegazione dello Sri Lanka

Un gemellaggio tra le città di Chieti e di Kandy, nello Sri Lanka. E' quanto proposto dall'Ambasciatore incaricato d'affari in Italia Wijeratne durante l'incontro ufficiale con il Sindaco di Chieti Francesco Ricci, promosso dal Lions Club Chieti Host su invito del presidente Nino Germano (nella foto). La delegazione diplomatica – presente anche il Ministro per gli affari commerciali W.W. Hemaandra – dopo aver visitato la cattedrale di San Giustino ed il Teatro Marrucino, ha incontrato il Prefetto Aldo Vaccaro ed il Questore Giuseppe Fiore, ed è stata accolta nella sede della Camera di Commercio di Chieti dal Presidente Dino Di Vincenzo alla presenza dei rappresentanti delle organizzazioni imprenditoriali e professionali. Nel corso dell'incontro sono state analizzate le possibilità di collaborazione e di scambi commerciali, principalmente nei settori dell'artigianato e del turismo.



*XVII premio*  
**Fedeltà al Lavoro**  
**Progresso<sup>e</sup> Economico**



# XVII Premiazione della fedeltà al lavoro e del progresso economico

La Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Chieti bandisce il XVII Concorso Provinciale della Fedeltà al Lavoro e del Progresso Economico, per l'assegnazione dei seguenti premi, consistenti in una medaglia d'oro con relativo diploma:

**Categoria I** - n. 12 premi a lavoratori (operai, tecnici, impiegati, braccianti, salariati, pensionati - esclusi i dirigenti -) che abbiano prestato lungo ed ininterrotto servizio alle dipendenze della stessa azienda industriale, commerciale, agricola, artigiana o di servizi con un minimo di anni 25 ed a dipendenti di pubblici esercizi (alberghi, ristoranti, bar-caffè ed aziende similari) anche se abbiano esplicato il periodo minimo lavorativo di 25 anni presso ditte diverse.

**Categoria II** - n. 5 premi ad imprese per la cui creazione siano stati utilizzati finanziamenti nazionali concessi ai sensi delle leggi n. 95/95 (ex-legge 44/86), n. 236/93 e n. 215/92, e/o finanziamenti regionali ai sensi delle leggi n. 61/94 e n. 143/95, il cui inizio di attività risulti successivo alla data del 31.12.1990, che impieghino lavoro in misura non inferiore alle 10 unità ed il cui volume del fatturato evidenzi, negli ultimi 5 anni, un trend positivo.

**Categoria III** - n. 2 premi a dirigenti di aziende industriali, commerciali, artigiane, agricole o di servizi, con una anzianità di servizio presso la stessa azienda di almeno 30 anni e la qualifica di dirigente da almeno 15 anni, oppure un'attività direttiva, presso la stessa azienda, di almeno 25 anni.

**Categoria IV** - n. 15 premi a piccole imprese industriali, commerciali, agricole o di servizi (affittuari, conduttori o coltivatori diretti), che abbiano più di 30 anni di ininterrotta attività.

**Categoria V** - n. 15 premi ad aziende artigiane iscritte all'Albo che abbiano più di 25 anni di ininterrotta attività.

**Categoria VI** - n. 2 premi ad aziende industriali, commerciali, di servizi, agricole e artigiane con almeno un ventennio di anzianità, che abbiano apportato alle loro aziende notevoli miglioramenti tecnici di carattere sociale o nei servizi al pubblico.

**Categoria VII** - n. 2 premi a coloro che abbiano conseguito nell'ultimo quinquennio un brevetto per invenzione industriale di particolare interesse o valore sociale.

**Categoria VIII** - n. 2 premi a ditte esportatrici della provincia di Chieti che si siano particolarmente distinte per volumi di affari e correttezza commerciale.

**Categoria IX** - n. 2 premi ad aziende industriali, che nell'ultimo quinquennio abbiano trasformato, totalmente o in parte, il siste-

ma di produzione, conseguendo una maggiore produttività e rendendosi più competitive nel mercato interno e internazionale.

**Categoria X** - n. 10 premi agli emigrati di origine della provincia di Chieti e n. 5 premi agli emigrati originari della Regione Abruzzo, i quali abbiano svolto, per almeno 15 anni, attività imprenditoriali in uno o più Paesi esteri (operatori economici) documentate da certificazioni consolari.

**Categoria XI** - n. 3 premi a giornalisti iscritti al relativo Albo professionale e che abbiano svolto tale attività per almeno 30 anni.

I premi su indicati saranno assegnati in base alle seguenti norme:

- 1) il concorso è riservato a coloro che, per lo stesso titolo, non abbiano mai ricevuto uguale premio dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Chieti;
- 2) per il conferimento dei premi di cui alle categorie I e III il servizio alle dipendenze di ditte che si siano fuse o incorporate è valido agli effetti del computo dell'anzianità;
- 3) possono concorrere all'assegnazione dei premi per le rispettive categorie, i lavoratori che svolgono (per i pensionati – che hanno svolto) la propria attività lavorativa in aziende della Provincia di Chieti e le imprese che hanno la loro sede principale nella stessa provincia, che siano in regola, per quelle che ne hanno l'obbligo, con l'iscrizione nel Registro delle Imprese tenuto dalla Camera, a norma di legge;
- 4) il responsabile del procedimento amministrativo effettuerà l'esame delle domande e della relativa documentazione presentata, nonché di quella acquisita d'ufficio a completamento dell'istruttoria. Si formerà poi, per ogni categoria, una distinta graduatoria, da sottoporre alla Giunta Camerale ai fini dell'attribuzione dei relativi riconoscimenti;
- 5) la Camera di Commercio, ove lo ritenga opportuno, può richiedere altri documenti, in aggiunta a quelli presentati, per una migliore valutazione delle singole posizioni, salva la facoltà di indagine diretta;
- 6) il numero dei riconoscimenti da assegnare complessivamente sarà determinato dalla Giunta della Camera di Commercio, a suo insindacabile giudizio. La domanda, da redigere a pena di esclusione su apposito modulo reperibile sul sito internet <http://www.ch.camcom.it> o ritirabile presso l'Unità Operativa Promozione della Camera di Commercio in Via F.lli Pomilio, Sede di Chieti Scalo, Località Ex Foro Boario (Tel. 0871.5450431-448), dovrà essere presentata a mano o spedita tramite raccomandata a/r presso la sede centrale della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (P.zza G.B. Vico, n. 3 – Chieti) **entro le ore 12,00 del giorno 29 febbraio 2008**, allegando i documenti idonei a comprovare le condizioni di fatto per cui si ritiene di avere titolo per la partecipazione al concorso.

IL PRESIDENTE

(Cav. Lav. Dino Di Vincenzo)

## Il convegno sulla criminalità organizzata

La Camera di Commercio di Chieti, in collaborazione con l'Ance Chieti, Associazione Costruttori Edili della Provincia di Chieti ha promosso un interessante incontro dedicato ad un tema di scottante attualità, dal titolo "Criminalità organizzata – dal vicolo alla holding", svoltosi sabato 15 dicembre presso l'Auditorium Cianfarani del Museo La Civitella di Chieti.

L'iniziativa ha avuto lo scopo di contribuire a diffondere la consapevolezza della minaccia della criminalità che, anche grazie all'uso delle nuove tecnologie, riguarda tutti i livelli della vita sociale, e che dunque richiede sempre più elevati livelli di attenzione da parte dei cittadini e delle forze dell'ordine, impegnate quotidianamente a combatterla con sistemi altrettanto sofisticati. Non è stato un caso che l'uditorio è stato rappresentato da molte scolaresche locali, oltre che dai rappresentanti delle autorità militari e delle principali istituzioni, delle imprese della provincia di Chieti, delle organizzazioni sindacali. Ad aprire i lavori è stato il saluto del presidente della Camera di Commercio Dino Di Vincenzo che ha spiegato come "questo incontro sulla legalità è principalmente rivolto alle giovani generazioni perché devono essere attenti e sensibili ai rischi che la criminalità pone sotto il profilo etico, sociale ed economico, con interessi in numerosi campi, dalla scuola all'impresa". Altrettanto apprezzati, per competenza e semplicità di linguaggio, capaci di toccare le corde dei presenti, gli interventi dell'ex direttore generale del Ministero della Pubblica Istruzione Ufficio scolastico regionale per l'Abruzzo Sandro Santilli, e quelli dell'arcivescovo di Chieti-Vasto Monsignor Bruno Forte e del Generale dei Carabinieri Antonello Sessa, responsabile del Servizio centrale di protezione, entrambi per anni impegnati a Napoli, una delle città di maggiore criticità. "Senza consenso - ha affermato il Generale Sessa - la camorra perde gran parte del suo potere e dunque è necessario collaborare perché anche la semplice indifferenza di fronte alla conoscenza di episodi illeciti rappresenta un comportamento che protegge la criminalità organizzata". Per l'arcivescovo Forte "è importante che i giovani siano impegnati nel volontariato e nella dedizione agli altri, affianco ai parroci e a coloro che quotidianamente sono impegnati per difendere la dignità umana".



# Flormart e Florviva, l'Abruzzo va forte

Il florovivaismo abruzzese si conferma come uno dei settori più dinamici, come dimostra il successo riportato sia nelle occasioni dove ha dovuto confrontarsi con il mercato come nel caso delle esposizioni internazionali, sia quando ha assunto con spirito imprenditoriale l'organizzazione di quella importante esposizione quale è diventata negli anni Florviva. A guidare questa importante fase evolutiva è l'Assoflora, l'associazione dei florivivaisti abruzzesi che, grazie al costante contributo delle istituzioni regionali e provinciali – e tra queste il Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo e la Camera di Commercio di Chieti – ha saputo passare da area di nicchia a fenomeno produttivo in grado di far valere numeri importanti in termini economici e di occupazione. “Di anno in anno il settore del florovivaismo regala sempre nuove e maggiori soddisfazioni – ha dichiarato il presidente del Centro Interno Dino Di Vincenzo – ed è per questo che deve essere incentivato e sostenuto nell'approccio al mercato, anche considerando la grande importanza che riveste dal punto di vista socio-economico, con un contributo di 42 milioni di euro alla produzione lorda vendibile agricola regionale grazie all'attività di circa 300 aziende e di 1.500 addetti, ai quali va aggiunta una quota importante di occupazione indotta”. Il primo appuntamento autunnale è stato il Flormart/Miflor, il Salone Internazionale del Florovivaismo e del Giardinaggio svoltosi dal 13 al 15 settembre alla Fiera di Padova, che que-





st'anno ha occupato una superficie di 35.000 mq, con la presenza di 1200 espositori di cui 200 stranieri, provenienti da 17 Paesi, oltre 30 mila visitatori professionali, gli uni e gli altri pronti a lanciare e a cogliere i segnali e le novità del mercato.



E qui l'Abruzzo, presente con uno stand di 234 mq. coordinato dal Centro Commercio Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo perfettamente individuabile all'interno del padiglione 8, ha registrato oltre mille contatti, circa 400 contratti commerciali stipulati durante la manifestazione, con acquisizione di nuovi clienti e con numerose trattative avviate ed apprezzamenti unanimi da parte degli operatori. "Il Flormart – ha spiegato il direttore del Centro Interno Innocenzo Chieffo – rappresenta il punto di riferimento per valutare le nuove opportunità di mercato per le nostre aziende che negli ultimi anni hanno catturato l'interesse degli operatori per la varietà e la qualità dell'offerta e per l'alta specializzazione acquisita". L'allestimento degli spazi è stato ottimale, con colori e materiali scelti con attenzione per far risaltare le peculiarità dei prodotti esposti, e per fornire al

visitatore un'immagine di professionalità e cura del particolare, in perfetta sintonia con la produzione vivaistica abruzzese che ha potuto comunicare le iniziative già realizzate e quelle in fase di svolgimento come i seminari di aggiornamento professionale, le visite all'estero, l'assistenza tecnica ed amministrativa, le convenzioni commerciali, il progetto "Sostegno allo sviluppo del settore florovivaistico in Abruzzo" avviato con l'Arssa.



#### ***Queste le aziende presenti a Padova:***

*Vivaio Cuore Verde; Vivai del Ponte; Vivai Vallalento; Di Lorenzo Nicola; Vivaio La Felce; Vivaio Di Primio Valerio; Vivai De Laurentiis; Cooperativa Futurflora (che 18 soci produttori); Azienda Agricola Filippone Valeria; Fitoexpert di Giovanni Palombini; Della Fazio Vito; Apice Piante.*



E se a Padova i florovivaisti abruzzesi si sono fatti onore per la qualità delle produzioni, un risultato di altrettanta spessore hanno dimostrato dal punto di vista organizzativo, con l'edizione 2007 di Florviva, l'esposizione florovivaistica, del giardinaggio e delle attrezzature di settore, giunta al settimo appuntamento, svoltosi per la prima volta nei padiglioni di Lancianofiera. Sono stati infatti circa 200 gli spazi occupati da altrettanti espositori provenienti da tutta Italia e numerose ed accattivanti sono state le iniziative collaterali, in particolare i corsi tecnico-informativi e le dimostrazioni pratiche per gli amanti del settore, che hanno attirato nei tre giorni circa 18 mila visitatori, un numero di presenze quasi doppio rispetto a quelle dell'ultima edizione. Un successo





Commercio di Chieti, le quattro Province e i Comuni di Città Sant'Angelo e Lanciano che, insieme alla Fondazione

niente affatto casuale, programmato con attenzione dai vertici dell'Assoflora, non senza rischi considerato il cambiamento di ubicazione ma necessario per imporre una svolta decisa ad una manifestazione che ormai è considerata un riferimento nazionale per tanti operatori, raggiunti attraverso una importante campagna di promozione resa possibile anche grazie al supporto di numerosi enti quali l'Assessorato regionale all'agricoltura, l'Arssa, l'Apr, la Camera di

PescarAbruzzo e alla Banca popolare di Lanciano e Sulmona hanno sostenuto l'iniziativa.

“Non potremmo essere più appagati per i risultati raggiunti – ha detto raggianti Guido Caravaggio, presidente di Assoflora - perché oltre al notevole numero di visitatori e al successo del banco vendita, Florviva è stata utilissima a tutti gli operatori per chiudere importanti contratti commerciali con clienti spesso molto lontani tra loro. Inoltre numerosi sono stati



i consensi ricevuti per la nuova location, che ci ha permesso di organizzare meglio gli spazi e di renderli funzionali, elevando così il livello qualitativo della manifestazione”.

Quanto ai concorsi di questa settima edizione, il Premio all'innovazione, dedicato alle novità

del settore, è stato assegnato alla cooperativa Poliflor di Faenza, specializzata nella produzione e vendita di prato e tappezzanti in zolle, sistemi per la copertura di tetti e scarpate e siepi precoltivate. Il primo premio del Concorso Florviva, dedicato ai giovani fioristi, è andato invece a Rosilde Tucci del Garden Valdisangro, di Paglieta (Ch), vivaio specializzato in piante, fiori ed articoli per fioristi.



# Al Moa Casa di Roma i complementi di arredo abruzzesi

Sono state quattordici le aziende abruzzesi che hanno partecipato alla 32esima edizione del Moa Casa, l'esposizione dedicata all'oggettistica d'arredamento svoltasi dal 27 ottobre al 4 novembre 2007 alla nuova Fiera di Roma su una superficie di 30 mila metri quadri, suddivisi in 5 padiglioni, capace di accogliere circa 150 mila visitatori.

L'area espositiva collettiva di oltre mq. 200 coordinata come di consueto dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo ha sicuramente rappresentato una delle attrazioni dell'intera manifestazione considerata la diversità e la qualità delle proposte di complementi di arredo degli artigiani abruzzesi. Per il suo ruolo commerciale strategico, Roma rappresenta da anni un appuntamento importante per le nostre imprese in virtù del fatto che all'interno della fiera prevalgono le esposizioni di arredi, sicuramente di grande design, ma che hanno bisogno di quei complementi che consentono di personalizzare la casa attraverso oggetti unici ed originali, segmento nel quale i nostri artigiani hanno saputo trovare spazio. Grazie alla creatività nelle forme e nella scelta di materie prime, l'Abruzzo ha accolto semplici visitatori, ma anche architetti e interior designer alla ricerca di pezzi che solo menti e mani artigiane sanno realizzare e che riescono a fare la differenza caratterizzando lo stile di un ambiente. Al Moa Casa l'artigianato abruzzese ha confermato una capacità di adattamento ai tempi e alle mode, pur senza





perdere identità: alla tradizione di alcuni manufatti – ferro e rame battuto, ceramica e legno – negli anni ha saputo apportare elementi di modernità nella loro lavorazione o nelle loro forme, ma ha anche saputo affiancare oggetti che misurano la capacità innovativa su materiali come plastica, cera o vetroresina.

***La pattuglia abruzzese a Roma:***

***Ceramiche:*** Ceramiche Mercante (Castelli), Liberati Giuseppe (Villamagna);

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

***Lavori in legno:*** Montanucci Giuliano (S. Stefano di Sessanio), Arcamesa (L'Aquila);

***Lavori in cera:*** ManuFatti (Lanciano);

***Altri settori:*** L'Antico di De Notariis Antonella (L'Aquila), Le Stelle dell'Orsa (Pescara), La Bottega del Cuoio Bambulè (Pescara), Gimart (Sulmona), Maria Cristina (Montesilvano), Antica Europa (Silvi).



# Alla Campionaria l'Abruzzo si fa grande

Andar per fiere

Con uno stand di grande originalità e con la presentazione di alcune anteprime assolute ed esclusive, l'Abruzzo torna con un grande risultato di visibilità e di immagine dalla prima edizione de "La Campionaria delle Qualità Italiane, Fiera della Soft Economy" la manifestazione organizzata da Symbola alla Fiera di Milano-Rho che dal 22 al 25 novembre ha richiamato circa 24 mila visitatori.

La scelta di partecipare alla Campionaria, fortemente voluta dall'Assessore regionale alle attività Produttive e all'innovazione Valentina Bianchi e coordinata dal Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo, si è dunque rivelata vincente se è vero che lo spazio abruzzese è stato unanimemente considerato il più efficace e il più interessante dell'intera esposizione, tanto da essere visitato da migliaia di visitatori, dalle più importanti autorità nazionali come il Presidente del Senato Franco Marini, il Vice Presidente del Consiglio dei Ministri Francesco Rutelli, il Ministro per le politiche agricole Paolo De Castro e il Ministro delle attività produttive Pierluigi Bersani. E' stato notevole anche l'impatto mediatico visto che è stato scelto come location per i servizi del Tg5 e del Tg3, e per i programmi di Ambiente Italia e Radio 2 Caterpillar, ed è stato raccontato dalle pagine dei principali quotidiani nazionali.

In un contesto davvero unico, illuminato dalle gigantografie di





alcuni dei paesaggi e dei simboli più affascinanti del nostro territorio, il filo conduttore della presenza abruzzese è stata l'esposizione di elementi ed oggetti identificativi del genio creativo, del design, della capacità produttiva artigianale ed industriale di alcune delle imprese che rappresentano il fiore all'occhiello dell'Abruzzo in Italia e nel mondo: dall'alta tecnologia industriale all'agroalimentare, dall'artigianato artistico al tessile-abbigliamento, dalla tutela dell'ambiente alla ricerca scientifica, ogni elemento ha saputo raccontare la felice e virtuosa convivenza tra tradizione ed innovazione, tra conservazione e sviluppo, che consente all'Abruzzo di essere una delle regioni più dinamiche del centro-sud Italia.

“In un contesto di straordinaria importanza, composto da 15 piattaforme territoriali, 600 realtà rappresentate – ha commentato l'Assessore alle attività produttive Valentina Bianchi – l'Abruzzo ha dato prova di grande maturità dimostrando che può e deve recitare un nuovo ruolo, stavolta da protagonista, nel



panorama italiano, forte del suo sistema fatto di ambiente, cultura e varietà produttiva capace di integrare la ricerca e l'innovazione con la tradizione”.

Curiosi e accattivanti i paralleli proposti dallo stand Abruzzo: accanto dalla prima Vespa del 1946 ideata dall'ingegnere abruzzese Corradino D'Ascanio (esposta per la prima volta proprio alla Campionaria di Milano 61 anni fa su gentile concessione della Collezione privata Sergio Sciarpetti - [www.museodelloscooter.com](http://www.museodelloscooter.com)) c'erano i due manubri in fibra di carbonio e kevlar e in alluminio realizzati da Cometa Group di Casoli utilizzato dalle più grandi case motociclistiche ma anche il notissimo scooter Sh 300 il più venduto in Europa, realizzato da Honda nello stabilimento di Atessa; insieme alla rivoluzionaria maglieria in fibra di latte, ottenuta da una particolare lavorazione della caseina, la proteina del latte)



dall'azienda Textile di San Giovanni Teatino con marchio Biancolatte, diventata una vera e propria icona della fiera, e all'antica Scuola del merletto a tombolo di Pescocostanzo, è stata esposta una delle pregiate manifatture sartoriali di Brioni, lo smoking indossato da Pierce Brosnan



e da Daniel Craig negli ultimi cinque film di James Bond e da molti dei più importanti uomini del mondo, da Nelson Mandela a Riccardo Muti; ed ancora, ai fotomoltiplicatori e ai “bric” delle sperimentazioni che si svolgono all'interno del Laboratorio di Fisica Nucleare sotto i 1400 metri del Gran Sasso



sono stati affiancati la presentazione dei lavori di Telespazio che dall'altopiano del Fucino guarda il mondo che attraverso un video ha raccontato l'evoluzione dallo Sputnik ad oggi, senza dimenticare la preziosa ed antica arte orafa con lavorazioni antiche e moderne in filigrana delle botteghe Colamarino, Domenicano e Rainaldi di Pescocostanzo, il ferro battuto di Guido Maltempo, nonché l'arte della ceramica storica di Simonetti a Castelli e quella più moderna di Liberati a Villamagna. Non potevano mancare le eccellenze del comparto enogastronomico con la capitale italiana della







pasta, Fara S. Martino con le antiche macchine di Cocco e con le trafile in bronzo di Delverde, secondo la tradizione abruzzese avviata dalla metà dell'800, accompagnati dai pregiatissimi oli extravergine di oliva monovarietale di Giuseppe Ursini di Fossacesia realizzato con antiche varietà locali ma con un frantoio di altissima tecnologia e i con i sottoli e i manicaretti preparati in diretta dallo chef Ermanno Di Paolo, della scuola di Villa S. Maria. Grande frequentazione infine per lo spazio dell'Enoteca Regionale d'Abruzzo curato dall'Assessorato regionale all'Agricoltura attraverso l'Arssa che, grazie al prezio-



so servizio dei sommeliers dell'Ais Abruzzo, hanno fatto conoscere i grandi vini abruzzesi in abbinamento ai fiadoncini, al pane di Cappelli e a quattro prodotti salvati dalla scomparsa, grazie all'impegno congiunto di produttori e istituzioni: i due formaggi pecorini a latte crudo, il Canestrato di Castel del Monte di Giulio Petronio e il Pecorino di Farindola, le mortadelle di campotosto e la ventricina del vastese.

La partecipazione dell'Abruzzo è stata caratterizzata anche per la presenza autonoma di alcune imprese che hanno presentato progetti e produzioni come la teramana Tecnomatic, l'azienda vinicola Masciarelli, il Parco nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise e come la società di comunicazione Carsa che nel corso

di un incontro – presenti Roberto Di Vincenzo, Presidente di Carsa, Ermete Realacci, Presidente della Fondazione Symbola, Franco Caramanico, Assessore all’Ambiente della Regione Abruzzo, Giuseppe Rossi, Presidente del Parco Nazionale d’Abruzzo, Lazio e Molise, e Luigi Vicinanza Direttore del quotidiano Il Centro - ha illustrato l’interessante progetto che ha



preso spunto dall’uccisione degli orsi dell’interno del Parco nazionale: si tratta di un bellissimo calendario 2008 attraverso la vendita del quale (in edicola, in abbinamento a Il Centro) saranno raccolti fondi per acquistare attrezzature a difesa delle greggi, delle colture e quindi degli orsi.

Le importanti impressioni riportate sull’Abruzzo in occasione della Campionaria hanno avuto un’eco importante anche fuori dai padiglioni di Fiera Milano e sono approdate nelle sale di Assolombarda dove la nostra regione è tornata ad essere considerato come esempio di virtuoso modello di sviluppo grazie ad alcuni distretti produttivi come quello della Val di Sangro, un sistema produttivo di subfornitura nel quale mondi fondi di private equity sarebbero disponibili ad investire. A parlarne è stato il professor Antonio Ricciardi, docente universitario di strategie

e politiche aziendali, in visita presso lo stand Abruzzo il quale si è soffermato a lungo sulla documentazione relativa al CISI (Consorzio Imprese di Subfornitura Italia, che associa circa venti piccole e medie imprese situate prevalentemente in Val di Sangro e specializzate nella produzione di componenti e servizi per l’industria motociclistica e automobili-



le) e lo ha definito “un modello territoriale di rete virtuoso, innovativo e competitivo oltre che eco-compatibile, che se sarà accompagnato dalla giusta consapevolezza delle proprie potenzialità e dalla volontà degli imprenditori e delle istituzioni di continuare a fare sistema, possono realmente trasformare l’Abruzzo in un progetto-pilota da esportare nel mondo”.

## Il pubblico premia la qualità dell'artigianato

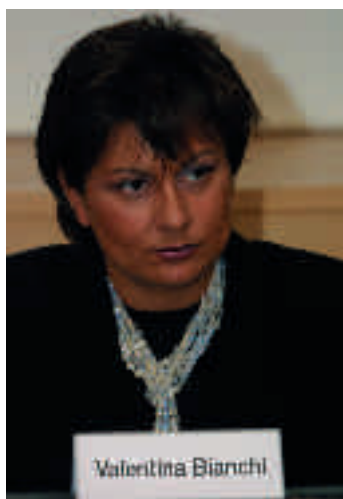
A distanza di pochi giorni dalla Campionaria un secondo appuntamento milanese ha atteso la presenza dell'Abruzzo, con la 12esima edizione de "L'Artigiano in Fiera", organizzata dall'1 al 9 dicembre per l'ultima volta a Milano City, visto che dal prossimo anno si trasferirà come già molte altre manifestazioni nella sede della nuova fiera di Rho.

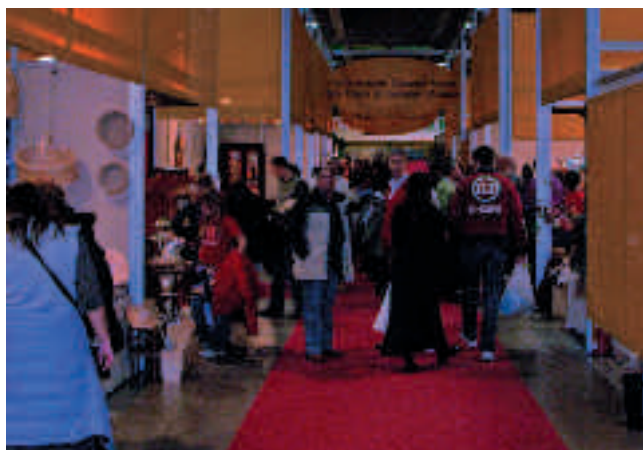
Forte di un afflusso consolidato che si è ormai attestato intorno a 3 milioni, la fiera prenatalizia meneghina è considerata la più grande manifestazione del mondo dedicata all'impresa artigiana con oltre 2600 espositori provenienti da 104 Paesi alcuni dei quali presenti per la prima volta come la Croazia per l'Europa e Bangladesh, Congo, Dominica, El Salvador, Giamaica, Haiti, Iran, Mauritius, Nigeria e Tanzania per il resto del mondo. L'Artigiano in Fiera è un momento di incontro vero e festoso tra la gente e gli artigiani, un evento che

valorizza la centralità dell'uomo sul lavoro e la bellezza del prodotto artigianale, intreccio affascinante di ingegnosità e innovazione, di creatività e tradizione popolare, da sempre il luogo ideale dove i visitatori possono trovare quei regali originali e innovativi di cui spesso si è alla ricerca.

Con il coordinamento dell'Assessorato regionale alle Attività Produttive e all'Innovazione e del Centro Interno delle Camere di Commercio d'Abruzzo, per la nostra regione hanno partecipato 20 imprese artigiane che hanno messo in mostra le creazioni all'interno dello splendido stand istituzionale di circa 300 mq. arredato con alcune suggestive gigantografie dell'Abruzzo e con un ampio spazio dedicato alla promozione turistica.

"Dopo la presenza alla Campionaria dove abbiamo giocato sull'immagine mettendo in evidenza alcune specificità di ogni ambito produttivo e territoriale – ha spiegato l'Assessore regionale alle attività produttive Valentina Bianchi – questa manifestazione ha il pregio di far incontrare direttamente i nostri artigiani con i consumatori e con gli operatori del settore attratti dalla qualità e dalla bellezza delle nostre manufatti".





“Nonostante si siano avvertiti nei primi giorni alcuni segnali di rallentamento dovuti ad una maggiore attenzione alla spesa per consumi – ha aggiunto il direttore del Centro Interno Innocenzo Chieffo – la lunga durata della manifestazione ha consentito di recuperare e di portare a casa la soddisfazione dei nostri artigiani che rispetto a molti altri espositori riescono a trasmettere nelle loro produzioni valore aggiunto dovuto alla forte identità e alla creatività abruzzese, alimentata da molti giovani piccoli imprenditori desiderosi di affermarsi e soprattutto di distinguersi per originalità sul mercato”.

Ecco spiegata l'attrazione delle produzioni tradizionali come delle manifatture più creative nella forma e nelle materie prime utilizzate, dalla cera alle ceramiche, dal legno al cuoio, dal ricamo al rame, dal vetro al ferro, fino ad oggetti realizzati con materiali di recupero.

#### ***Le aziende abruzzesi a Milano:***

**Ceramiche:** Liberati (Villamagna), Mercante (Castelli); **Metalli:** Pecilli Domenico Rameria (L'Aquila); **Legno:** Pellegrini Emilio e Figli (Pretoro), Montanucci Giuliano (S. Stefano di Sessanio); **Arti varie:** Coricrea (Pescara), Napoleone Marina (S. Stefano di Sessanio), La Bottega di Antonella Mantini (Bazzano, L'Aquila), Il Mosaico di Maria Pia Tempesta (L'Aquila), Di Carlo&C. (Sulmona), Soft Light Lab (S. Atto, Teramo), Le Stelle dell'Orsa (Montesilvano), Antica Europa (Silvi Marina), Manufatti di Moretti Nadia (Fossacesia), Bottega artigiana La Buscella (S. Stefano di Sessanio), Anime Grezze di Anna Mattucci (Pescara), La Bottega del cuoio Bambulè (Pescara), Maria Cristina Il Fiore (Montesilvano), L'Antico di De Notariis Antonella (Colle di Preturo, L'Aquila), Gioeste di Di Rocco Giovanni (Gissi).

#### ***I numeri dell'artigianato:***

In Italia circa il 24% del totale delle imprese sono artigiane (circa 1.500.000) e in particolare, considerando solo le micro-piccole imprese, quelle artigiane arrivano al 96%. Ma il dato che valorizza maggiormente il settore artigianale è quello riguardante l'esportazione: infatti, essa produce un utile di circa 43 milioni di euro, pari al 16% del totale delle esportazioni delle micro-piccole imprese, con un incidenza di circa il 38% sul fatturato totale. Nell'anno 2006, 7 posti di lavoro su 10 sono stati creati dalle piccole imprese (imprese fino a 49 addetti), e di questi 4 su 10 sono creati dalle micro imprese (fino a 9 addetti). Questo dato è ancor più rilevante se si pensa che la cultura economica italiana non favorisce l'avvio di nuove imprese. Infatti il costo medio degli adempimenti burocratici necessari per aprire un'impresa in Italia nel 2005 è stato di 1134 euro (67esimo posto nella classifica mondiale per costo); mentre sono addirittura 1390 i giorni necessari ad una impresa italiana per tutelare i propri contratti commerciali (154esimo posto nella classifica mondiale per n. di giorni). In Abruzzo l'intero comparto dell'artigianato concorre per il 14% a formare il Pil regionale, conta oltre 35 mila imprese, con circa 85 mila addetti (17% dell'occupazione abruzzese) per 400 diverse attività, da quelle di servizio alle innovative e più avanzate. All'interno di questo universo, l'artigianato artistico è rappresentato da circa 1000 imprese.

# AgroAlimenta, un'edizione in crescita

di Gianluigi Lopes

Nuovi spazi e espositivi e nuovi contenuti per la nona edizione di AgroAlimenta, la manifestazione dedicata alla promozione delle eccellenze gastronomiche del territorio, che si è svolta lo scorso novembre per un intero week end, negli spazi della fiera di Lanciano. Organizzata da LancianoFiera, in collaborazione con la Provincia di Chieti, la Camera di Commercio di Chieti, l'Assessorato all'Agricoltura della Regione Abruzzo e l'Arssa, questa edizione ha visto il prezioso contributo di Virgola Comunicazione, società di Pescara specializzata nell'organizzazione di fiere ed eventi.

AgroAlimenta rappresenta l'appuntamento più importante e partecipato del food nella nostra regione, in grado di coniugare tradizione, creatività e rigorosa informazione, e di favorire l'incontro tra produttori e consumatori con lo scopo di stimolare l'acquisto responsabile.

Cuore di AgroAlimenta è stata la mostra-mercato, un grande spazio per la vendita, la promozione e la degustazione, con la presenza di oltre 100 espositori, tra artigiani e piccole aziende, che hanno rappresentato il patrimonio agroalimentare abruzzese: dai formaggi a latte crudo, alle paste filate, dai salumi alle conserve, dall'olio al vino, dal miele alle marmellate fino ai liquori e ai tartufi.

“L'obiettivo di AgroAlimenta - spiega il presidente del Consorzio Fiera Donato Di Fonzo - è quello di rilanciare e riqualificare la produzione regionale, favorendo l'incontro tra produt-



tori e consumatori e attraverso un percorso che prevede una serie di momenti che vanno dalla degustazione ai convegni tematici. Anche in questa occasione abbiamo scelto di combinare la parte espositiva con quella dedicata all'analisi e al confronto”.

“Il risultato più importante – continua Di Fonzo- è stato quello di portare in fiera un pubblico interessato e qualificato, formato non solo da curiosi, ma anche da decine di operatori del settore commerciale e della ristorazione, che hanno affollato gli stand delle oltre 140 aziende presenti alla manifestazione, alla ricerca e alla scoperta delle produzioni d’eccellenza del comparto agroalimentare abruzzese. Ed era proprio questo – prosegue Di Fonzo – l’obiettivo che ci eravamo posti alla vigilia dell’edizione 2007, che si è presentata con una veste nuova e che è stata allestita con il contributo fattivo delle associazioni di categoria che rappresentano i produttori, e dei sodalizi che si occupano della valorizzazione e della promozione delle produzioni. La nostra scommessa era offrire un momento d’incontro tra domanda e offerta e crediamo di esserci riusciti, ha concluso Di Fonzo”.

AgroAlimenta ha proposto un articolato programma educativo diretto sia al vasto pubblico che agli studenti: a scandire la visita dei padiglioni sono stati infatti le aree di degustazione che,



attraverso i mini-corsi e gli assaggi dei prodotti tipici e di vini locali, hanno dato modo di viaggiare tra le varie specialità abruzzesi, l’enoteca/wine bar, curata dall’Enoteca regionale d’Abruzzo e dai sommelier dell’Ais Abruzzo con un’ampia e qualificata selezione di vini regionali, il teatro della cucina dove gli chef della Federazione Italiana Cuochi hanno preparato in diretta alcuni piatti della tradizione, anche in versioni innovative, e un’aula didattica dedicata alle scuole, dove i ragazzi hanno potuto sviluppare un percorso sensoriale e di conoscere le diverse filiere produttive.

Ad animare la tre giorni dedicata all'agroalimentare abruzzese sono state inoltre le esibizioni dei pizzaioli acrobatici e dei barman abruzzesi che si sono cimentati in un concorso dedicato alla realizzazione di cocktail originali a base di produzioni tipiche (vino, liquori, miele, spezie) e il maestro pasticcere Fabrizio Camplone che ha preparato in diretta, dinanzi ad un folto pubblico, la sua rivisitazione del celebre boccotto frentano. Molto seguita anche la lezione sullo champagne tenuta dal sommelier Nicola Roni, uno dei massimi esperti italiani di questo rinomato prodotto. Una delle attrattive più visitate di AgroAlimenta, l'ha proposta invece il pastificio Delverde di Fara San Martino, presentando ufficialmente il suo nuovo bus "brandizzato", un mezzo personalizzato unico nel suo genere, realizzato appositamente per le esigenze promozionali del pastificio abruzzese, fornito di cucina e sala degustazione.



## Alla Convention Food&Wine si rafforza l'immagine del vino italiano

Oltre 100 tra operatori, trade analyst e giornalisti provenienti da 40 Paesi e dall'Italia, insieme ai massimi rappresentanti nazionali delle organizzazioni del settore vitivinicolo e delle istituzioni. Sono questi i numeri della "Worldwide Convention Food&Wine" che si è svolto in Abruzzo lo scorso settembre (dal 12 al 16), organizzato dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione Abruzzo, dall'Arssa Abruzzo e dall'Istituto per il Commercio con l'Estero (Ice).

di  
Gianluigi Lopes

Una grande evento dunque, che ha fatto conoscere ulteriormente l'Abruzzo del vino a livello internazionale, e che ha fornito spunti importanti sugli indirizzi da adottare per consolidare la posizione del made in Italy agroalimentare nel mondo, partendo ovviamente dal vino quale prodotto di eccellenza del comparto. La Convention si è protratta per ben quattro giorni, e ha visto l'alternarsi di visite guidate nelle aziende vitivinicole delle 4 province, di un workshop che ha coinvolto 80 produttori di vino nel palazzo storico della Montagnola di Corropoli, e di due tavole rotonde animate da giornalisti, analisti e rappresentanti delle istituzioni.

Nella prima delle due tavole rotonde, svoltasi giovedì 13 settembre alla Badia di Corropoli, si è discusso dell'immagine del vino italiano nel mondo. Nove esperti, tra importatori e giornalisti dei cinque continenti, hanno analizzato l'immagine del vino italiano





nelle rispettive aree di mercato – Stati Uniti, Canada, Russia, Brasile, Giappone, Svezia, Corea, Germania e Regno Unito – ed hanno evidenziato la crescita continua dell’export del vino italiano negli ultimi anni, con un andamento dettato dal forte appeal dell’italian style, un modo di vivere che si traduce nella ricerca del buon cibo e dell’ottimo vino, specie tra il pubblico più giovane. Il consumatore oggi vuole maggiore informazione – hanno detto i nove relatori moderati dal giornalista del Gambero Rosso Daniele Cernilli – e nei prodotti cerca sempre più autenticità, qualità e originalità, caratteristiche intrinseche nei prodotti italiani e in particolare abruzzesi.

“Si è trattato di un’occasione straordinaria per comprendere quale sia la percezione del vino italiano all’estero – ha commentato l’assessore regionale Marco Verticelli, responsabile della promozione nella Conferenza degli assessori regionali – e quali potrebbero essere le politiche e le strategie necessarie per migliorare i rapporti tra la nostra produzione, i consumatori e i nostri competitori. E’ emersa da un lato la necessità di intercettare nuove fasce di consumatori ma anche la necessità di fare squadra in una fase delicata nella quale si discutono le nuove regole per la vitivinicoltura a livello comunitario” ha concluso l’assessore.

Il convegno di chiusura dal titolo “*Made in Italy o...made in Doc? Obiettivi e strategie per la promozione del vino italiano*”, si è invece svolto sabato 15 settembre a Pescara, alla presenza dei rappresentanti delle organizzazioni nazionali della filiera del vino e delle istituzioni, moderati dal direttore di Rai 1 Fabrizio Del Noce. Tutti i relatori sono stati concordi nel dichiarare come sia necessaria la costituzione di una cabina di regia per la promozione dell’agroalimentare italiano all’estero che sappia sintetizzare obiettivi e strategie ed ottimizzare le risorse nazionali e comunitarie a disposizione.

Se secondo Roberto Lovato dell’Ice “accanto al made in Italy e al made in Doc va considerato anche il made in brand, ossia il posizionamento delle aziende, e tutti e tre possono convivere e aiutarsi a vicenda perché non sono incompatibili”, il vice presidente di Assoenologi Alberto Mazzoni ha ribadito invece come “l’Italia deve far valere la sua antica tradizione enologica di qualità e la sua immagine complessiva, ma deve avere un occhio attento alla capacità di spesa del consumatore”.

Decise sono state le opinioni di Enrico Drei Donà, consigliere dell’Unione italiana vini e presidente dell’Agivi, secondo il



quale “La riforma dell’Ocm arriverà a nuocere la capacità di penetrazione sui mercati ed è per questo che non è più rinviabile l’idea di un lavoro in squadra per una visione integrata della promozione italiana che finora non si è mai verificata”



Una visione confermata da Flavio Tattarini, presidente dell’Enoteca Italiana, il quale ha sottolineato che “occorre valorizzare le unicità del territorio italiano e considerare la frammentazione italiana come una ricchezza che deve essere però organizzata. E’ pertanto necessario individuare un soggetto che possa coordinare la promozione del vino italiano ma anche affiancare all’informazione la necessaria formazione sia degli operatori sia dei consumatori dei nuovi mercati”.



Giorgio Serra, nell’illustrare il ruolo di Buonitalia, ha sottolineato l’importanza della distribuzione e della ristorazione italiana, ed ha annunciato un incontro per studiare gli strumenti da mettere in campo anche per il restyling delle enoteche regionali come valido supporto alle iniziative nazionali.

“Il vino è plurale ed evoca i temi della diversità e dell’identità – ha concluso il sottosegretario al Ministero delle Politiche agricole Guido Tampieri – e si tratta di principi durevoli in epoca di globalizzazione che deve essere affrontata con regole precise. L’identità è la chiave di lettura, non considerata frammentazione ma sintesi, ma occorre lavorare di più sulla provenienza delle nostre produzioni, perchè all’estero spesso viene apprezzato un prodotto ma non si conosce la sua provenienza che per noi invece deve rappresentare il valore aggiunto da tenere in alta considerazione perché aumenteranno le esportazioni e non i consumi interni. Dopo la battuta di arresto del 2003 – ha continuato il Sottosegretario - , nel 2006 l’export italiano è aumentato dell’11% in volume e del 5,8% in valore mentre nel 2007 siamo arrivati rispettivamente al 19% e al 15%, dati che confermano lo stato di forma del settore. Occorre produrre meno quantità e più qualità perché dei 3,1 milioni di euro vini esportati, 1,8 milioni non è doc. E’ un settore sano e vitale ma che si trova ad affrontare la nuova Ocm per la quale perderemo alcune partite, come nel caso dello zuccheraggio che difficilmente potremo impedire”. La convention è stata anche l’occasione per far conoscere ai rappresentanti della stampa stranieri, le bellezze del territorio abruzzese. Una delle escursioni che ha riscosso maggior consenso tra gli ospiti, ha visto protagonista la provincia di Chieti con la splendida costa dei trabocchi. I giornalisti hanno infatti cenato sulle strutture da pesca nei pressi del Golfo di Venere a Fossacesia, rimanendo colpiti dalla suggestione del luogo e dalla cucina marinara della zona. Il periodico statunitense Bloomberg – uno dei principali opinion leader del settore turistico gastronomico - ha già raccontando il breve ma intenso viaggio della sua inviata, con un articolo dal titolo: “Picturesque Abruzzo Awaits With Quiet Towns, 1,000 Castles” (visibile sul sito <http://www.bloomberg.com>).



# A spasso nei frantoi d'Abruzzo

Cresce l'interesse per l'olio abruzzese, lo testimonia l'aumento costante del numero di visitatori di Frantoi Aperti, l'evento promosso anche quest'anno dall'Assessorato regionale all'Agricoltura, dall'Arssa (Agenzia regionale per i servizi di sviluppo agricolo) e dall'Oleoteca regionale di Loreto Aprutino, e tenutosi nel mese di novembre.

Frantoi Aperti si presenta come un itinerario lungo gli affascinanti sentieri dell'olivicoltura abruzzese per conoscerne i protagonisti, in un percorso che unisce alla ricerca del gusto e alla valorizzazione del territorio, la scoperta degli aspetti storico-culturali connessi. Infatti il Museo dell'Olio, dove è conservato uno dei primi opifici oleari di Loreto Aprutino, e l'Oleoteca Regionale d'Abruzzo – Museo di Storia dell'Arte Olearia d'Abruzzo di Loreto Aprutino, che custodisce reperti legati alla produzione dell'olio d'oliva dalla metà del 1800 al dopoguerra, sono rimasti aperti anche nel fine settimana per tutta la durata dell'iniziativa, in modo da consentire l'accesso ai visitatori.

Anche quest'anno, così, la manifestazione ha rappresentato un'imperdibile occasione per avvicinarsi alla millenaria storia dell'olivicoltura abruzzese, permettendo a tutti gli interessati di apprendere, nei musei come nei frantoi o nelle aziende produttrici, le modalità di coltura dell'olivo, le varie tecniche di spremitura delle drupe, le caratteristiche delle diverse cultivar e, passando dalla teoria alla pratica, le tecniche di degustazione e i migliori abbinamenti con i prodotti tipici abruzzesi.

di  
Francesca Lupone



Circa 2500 studenti, appartenenti a 30 istituti abruzzesi, tra scuole elementari e medie inferiori, hanno aderito all'iniziativa, e ottimi sono stati i riscontri anche sul fronte dei consumatori, con un incremento di presenze del 15% rispetto alla scorsa edizione. "Un appuntamento fondamentale per promuovere un prodotto genuino come l'olio abruzzese, al 90% extravergine di oliva, per offrire sicurezza ai consumatori e per avvicinarli anche alla tracciabilità del prodotto, verificabile direttamente nel luogo di produzione" ha sottolineato l'Assessore regionale all'agricoltura Marco Verticelli.

I temi della genuinità e della trasparenza della filiera, sono infatti temi guida dell'iniziativa, che non a caso rientra nell'ambito del progetto "Salute a Tavola" promosso dalla Regione Abruzzo – Assessorato all'Agricoltura e dall'ARSSA. Il progetto si prefigge di educare i bambini a conoscere alcuni semplici e basilari consigli dietetici, utili a migliorare le loro abitudini alimentari, sfruttando l'efficacia di visite sul territorio e laboratori pratici che permettono un più efficace apprendimento della materia e sensibilizzando anche le famiglie, per promuovere scelte alimentari corrette e consapevoli.

Accanto a questo fine salutistico, ovviamente, c'è la volontà di promuovere la cultura dell'olio abruzzese, sulla scia di quello che è stato fatto per il vino con "Cantine Aperte".

"L'Abruzzo si colloca tra il quarto e quinto posto tra le regioni italiane con una produzione olearia di circa 200.000 quintali l'anno, conta inoltre 9 milioni di piante d'ulivo, con più di 40 varietà coltivate, in gran parte con metodi biologici", ha ricordato il direttore generale dell'Arssa, Donatantonio De Falcis.

Una risorsa, quindi, che non si può ignorare, al contrario va valorizzata al massimo, a partire dai consumatori abruzzesi, investendo anche sul futuro con il coinvolgimento degli studenti, perché diventi sempre più un traino per l'economia abruzzese.

#### ***I frantoi aderenti all'iniziativa:***

**PROVINCIA DI PESCARA:** *Goccia d'oro (Penne), La Selva d'Abruzzo (Moscufo), Soc. Coop. Casauriense (Tocco da Casauria), Alfredo Ranieri (Rosciano), De Iulis Timando (Pianella), Di Giampaolo Ennio (Catignano), S.c.a.l. (Loreto Aprutino), Soc. Coop. Capo (Pianella), D'Amico Guido (Rosciano), Le Terre delle Grandi Abbazie (Carpineto della Nora), Cooperativa Plenilia (Pianella).*

**PROVINCIA DI CHIETI:** *Frantoio di Aladino e Felice Stante (Fossacesia), F.lli Masciantonio (Casoli), Sputore & La Selvotta (Vasto), D'Ovidio (Lanciano), D'Onofrio (Villamagna), Della Fazia (Rocca S. Giovanni), Santulli (Atessa), L'antico Frantoio (Villamagna), Ursini (Fossacesia), La*

*Pietra (Frisa), Andreassi (Poggiofiorito), Sapori della Maiella (Casoli), Luciano Roberto (Mozzagrogn).*

**PROVINCIA DI TERAMO:** *San Giacomo (Atri), Ciabarra (Silvi), Ferretti (Atri), Di Simone (Teramo), Aiprol (Colonnella), M.g.M. (Martinsicuro), Domus Olivarum (Morro d'Oro), Montecchia (Morro d'Oro).*

**PROVINCIA DI L'AQUILA:** *Soc. Coop. A.n.s.a.p.e. (Raiano), Tenuta Corsetti (S. Vincenzo Valle Roveto), Agripeligna (Raiano), Tiberi (Raiano), Antico Frantoio Blasetti (S. Vincenzo Valle Roveto), Soc. Coop. S. Rocco (S. Vincenzo Valle Roveto), Di Ramio Federica (Bugnara), Frantoio Susi (Introdacqua), Coop. Valle Roveto (Balsorano).*

## Fabbriche Aperte: visite guidate tra convegni, gastronomia e arte

Al fine di favorire uno stretto rapporto di comunicazione e di reciproca collaborazione tra le imprese, il territorio, e la comunità che lo vive, le principali aziende della zona industriale di Chieti, per il secondo anno consecutivo, hanno schiuso i propri cancelli dando vita a Fabbriche Aperte. L'iniziativa, già attuata in diverse città italiane, ha consentito al mondo dell'impresa di presentare il proprio operato grazie alla disponibilità ad accogliere al proprio interno i non addetti ai lavori. Tra convegni e stand gastronomici, per un fine settimana intero (29 e 30 settembre scorsi), sono state aperte le porte delle aziende ai cittadini. Attraverso le visite guidate all'interno degli stabilimenti, i visitatori hanno potuto conoscere le storie delle società, i prodotti realizzati, i procedimenti adottati e i sistemi di gestione.

Fabbriche Aperte, promosso e sostenuto dal Comune di Chieti, con la partecipazione delle associazioni di categoria locali e dei sindacati (Cna, Confindustria Chieti, CGIL, Cisl, Uil, Arco, Ugl), è nata per avvicinare le aziende al territorio in cui operano e, su precisa richiesta degli operatori aziendali, ha previsto il coinvolgimento degli studenti con iniziative stabili e continuative, finalizzate ad avvicinare il mondo della scuola a quello dell'industria, al fine di orientare al meglio i lavoratori di domani.

“Si avverte un certo cambiamento” ha spiegato il sindaco di Chieti Francesco Ricci, “e cercheremo in ogni modo di attrarre finanziamenti in loco, anche questo è un modo per andare in questa direzione. Penso all'arrivo del marchio Nettel - ha continuato il primo cittadino -

di  
Gianluigi Lopes





che garantirà occupazione a circa 90 operai”.

“L’amministrazione comunale - ha dichiarato l’assessore all’Industria del Comune di Chieti Cristiano d’Intino - , consapevole dell’importanza del rapporto che intercorre tra fabbrica e territorio, ha voluto evidenziare la vivacità imprenditoriale di questa zona, e ha riproposto alle aziende locali il progetto Fabbriche Aperte, che ha visto quest’anno la partecipazione di oltre 5mila visitatori”.



La kermesse è stata anche l’occasione per dare vita a numerosi eventi collaterali ludici, enogastronomici e di solidarietà: le visite nelle fabbriche si sono infatti svolte a bordo di un trenino della Walter Tosto, ci sono state le esibizioni dei painters (artisti di strada specializzati nei murales) di Chieti Jam chiamati a decorare le pareti esterne delle fabbriche. Presenti oltre alle band musicali, i club delle Lambrette e delle Cinquecento, e numerosi stand gastronomici che hanno visto protagoniste le aziende agricole, in un’ideale abbraccio tra i due principali comparti pro-

duttivi della provincia di Chieti.

Una grande festa che è stata anche l'occasione per dare spazio alla generosità: gli introiti della manifestazione sono stati infatti devoluti all'associazione Compagnia del sorriso che si occupa della clown terapia a domicilio. La chiusura di domenica, ha visto protagonista la cantante Fiordaliso con un concerto gratuito molto partecipato.

Grande successo di pubblico dunque, per un'iniziativa destinata a durare e ad essere presa ad esempio in Abruzzo, visita la brillante organizzazione messa in campo dai promotori. Di particolare interesse per gli addetti ai lavori (presenti tra gli altri il presidente della Camera di Commercio di Chieti Dino Di Vincenzo, il sindaco Francesco Ricci e il presidente della Provincia Tommaso Coletti), il convegno che si è svolto all'interno della sala conferenze dell'azienda Caffè Mokambo dal titolo:

“Sviluppo e rilancio delle attività produttive a Chieti. Progetti ed esperienze”. Durante l'incontro è stato presentato il progetto Zip-Net che nasce da un'idea del Comune di Chieti e della Regione Abruzzo, nell'ambito del programma comunitario Interreg.

Alla base dell'iniziativa vi è l'intento di creare o potenziare, ove già presente, presso ogni area partner, un centro d'impresa Z.i.p. (Zona Industriale Polifunzionale), il cui scopo sarà la realizzazione di strutture di servizi alle imprese e di nuove aree per insediamenti produttivi.



#### ***Le aziende che hanno partecipato a Fabbriche Aperte:***

*Sixty group, Burgo Group, General Sider Italiana Spa, Caffè Mokambo, Rodrigo, Walter Tosto, Gruppo Industriale Tegolaia, Parco Paglia (centro artigianale integrato), Mantini, Megalò, Nettel Thales, Selex Communications, Monti d'Abruzzo, Laser Lab, De Luca, Cobo Sud srl, Carciofo di Cupello, La Panoramica srl, Parco Scientifico e tecnologico d'Abruzzo, Caseificio La Perfetta.*





# Tartufi d'Abruzzo, un profumo pregiato

di  
Serena Giannico

Il suo cuore pulsa fragranza, acuta e dominante. Custodito sotto un palmo di terra, sepolto tra le macchie boschive, al “riparo” nella folta vegetazione, il tartufo è una risorsa dell’Abruzzo da esaltare. Nella regione il tubero vegeta spontaneamente su un’amplissima superficie. Le specie più note sono il cosiddetto “scorzone” (*Tuber aestivum*) con 781 mila ettari soprattutto nelle province di L’Aquila e di Chieti e i “bianchetti” (*Tuber borchii*), con 416 mila ettari, maggiormente diffusi nel chietino e nel pescarese. Il “nero pregiato” (*Tuber melanosporum*) copre 269 mila ettari e primeggia nell’aquilano ma non disdegna le pendici della Majella e realtà come Casoli, Guardiagrele, Fara San Martino e Lama dei Peligni. C’è poi una piccola popolazione situata nelle colline teramane. Il “bianco pregiato” (*Tuber magnatum*) si stende su 285 mila ettari: parte da sud, ai margini col Molise, lungo la vallata del fiume Trigno – dove tocca Torrebruna e Carunchio - e risale fino ai confini delle Marche lungo la vallata del Tronto passando in particolare per la media e alta Valle del Sangro - dove abbonda tra Quadri, Rosello, Borrello e Pizzoferrato -, e quelle del Pescara e del Vomano. Prolifica anche nella Valle Roveto.

Questi funghi vivono generalmente in simbiosi con alberi di pioppo, salice, quercia, tiglio, faggio, cerro, nocciolo, carpino, frassino, larice, pino e roverella.

E tra gli arbusti privilegiano ginestra, prugnolo, ginepro, rosa canina e sanguinello. La diffusione delle spore è affidata a roditori, insetti, mammiferi ed anche lumache. La raccolta viene effettuata con l’ausilio di un cane addestrato. In genere ci si serve di razze da caccia o di incroci da esse derivati, in particolare pointer, bracco e spinone. E poi c’è il lagotto, seguigio da tartufo per eccellenza: è molto docile, ubbidiente e resistente alla fatica. In passato all’uso del cane si affiancava quello del maiale. E’ un animale efficiente, resistente e non viene distratto dalla selvaggina. Ma è difficilmente controllabile. Ora il suo utilizzo è vietato.





“I siti naturali di produzione del tartufo erano per la maggior parte sconosciuti – spiega Giusto Cimini, funzionario dell’Agenzia regionale per i servizi di sviluppo agricolo (Arssa) – ma negli ultimi anni sono stati individuati e censiti con l’aiuto di cercatori esperti. Delineato il quadro della situazione è stata elaborata la “Carta delle potenzialità tartufigole”, con relativa banca dati. Essa rappresenta uno strumento di programmazione e di gestione di altissima qualità, per il momento unico in Italia”. “La mole di dati acquisiti – sottolinea Gabriele De Laurentiis, funzionario dell’Arssa – aggiunge non poche conoscenze sul prezioso tubero. Adesso abbiamo avviato anche la mappatura delle due principali specie: il nero e il bianco pregiati. Ricerche che serviranno ad individuare scientificamente le aree maggiormente vocate alla loro crescita. Poi – fa presente – stiamo realizzando la pianta delle tartufigole coltivate: ce ne sono davvero tante, anche in riva al mare. Molti imprenditori agricoli – evidenzia – hanno riconvertito la propria attività e puntato sul tartufo, con appezzamenti di terreno che raggiungono anche i 40 ettari”. Motivi che hanno indotto l’Arssa a creare il Centro regionale di assistenza alla tartufigicoltura (Creat), con sede a Lanciano. Un organismo che fornisce mezzi, aiuti e indicazioni alle aziende di settore. Inoltre è stato appena pubblicato il testo “Come, quando e dove cercare tartufi in Abruzzo”, del quale sono autori Cimini, De Laurentiis e un loro collega, Domenicangelo Spinelli. E’ un vademecum, che serve ad orientarsi, che racchiude attività di valorizzazione in atto e norme e che spiega come superare gli esami per ottenere il patentino da cercatore. “Tutte iniziative – puntualizza De Laurentiis, responsabile scientifico del Creat – intraprese per portare alla luce le potenzialità produttive della regione, porre le basi per un’ulteriore fase di approfondimento e

lancio del comparto e per attuare una più efficace politica di crescita economica”. Il valore della produzione annua, in regione, è di oltre 60 milioni di euro. Sono circa 12 mila i cavaatori, con fior di guadagni che dribblano il fisco. La commercializzazione del prodotto, poi, sfugge spesso a verifiche e a regole. Si tratta, dunque, di un bene... sommerso, peculiare, che necessita di attenzione, leggi e salvaguardia. L’Abruzzo, in un’azione congiunta con Molise, Marche, Umbria e Toscana, sta cercando ottenere la denominazione di origine protetta (Dop).

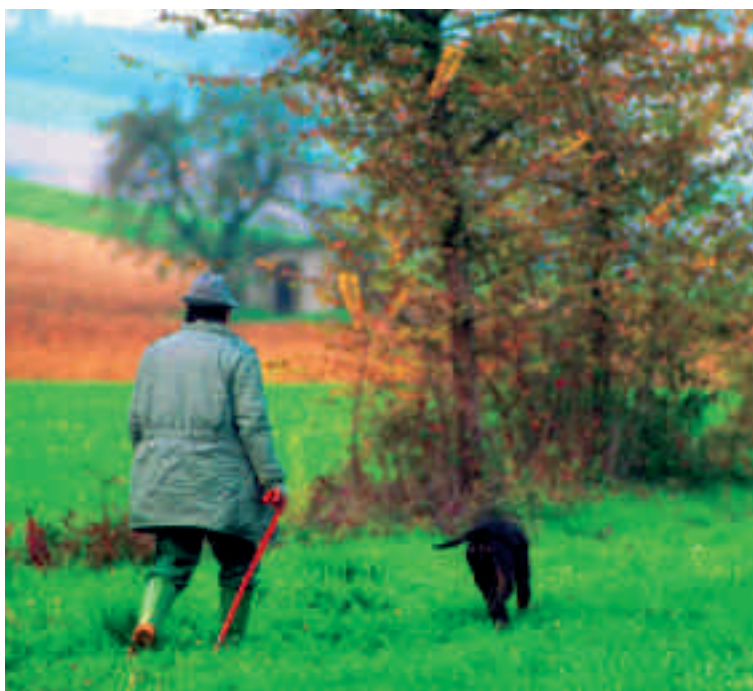
Delle “Città nazionali del tartufo” fanno parte Quadri, dove c’è anche un museo tematico, Torrebruna e Celano. I due comuni del chietino, a braccetto e insieme alla Provincia, hanno da poco avviato il progetto sperimentale “Le vie del tartufo”. “Che prevede – attacca il sindaco di Quadri, Davide Di Pilato – l’attuazione di piani e idee per la promozione del territorio e delle tipi-



cià derivanti dal bianco pregiato, qualità da proteggere e far emergere, in modo da affiancarci alle più blasonate Alba, Norcia e Acqualagna. Può costituire, come si è verificato altrove, uno degli elementi per la ripresa e la sostenibilità di zone interne e disagiate altrimenti soggette ad un progressivo spopolamento”. Già rappresenta una ricchezza per ristoratori e piccole imprese locali che si occupano della sua trasformazione e della vendita, esportandolo anche all’estero. “Considerevole – rincara il primo cittadino di Torrebruna, Guido Colella – la sua valenza economica e l’impiego nella gastronomia. E’ un prodotto d’eccellenza. Unito alle bellezze naturalistiche e a percorsi incastonati tra gusto e paesaggio, è un’attrazione per visitatori e consumatori. Però il “nostro mondo” del tartufo è ancora sconosciuto e rimane identità ignara alle possibilità del mercato turistico e ai benefici che potrebbero derivare dalla sua diffusione e promozione.

E' necessario che le istituzioni maturino maggiore consapevolezza e sensibilità, attuando strategie che sostengano gli operatori e incentivino le realtà di settore”.

Il prezzo del tartufo, di recente, ha raggiunto tremila euro al chilogrammo a causa dei cambiamenti climatici, segnati dalla siccità e con la prima metà del 2007 più calda degli ultimi due secoli, che ne hanno messo a rischio la raccolta. Secondo Coldiretti si tratta di valori registrati per le pezzature “piccole”, mentre quelle “normali”, da 20 grammi in su e fino ad un etto, hanno sfiorato un costo di seimila euro. Esperti, tartufai e commercianti dicono che si tratta di un'annata difficile per la raccolta del pregiato -“tuber magnatum pico” – anche se si spera che la situazione possa migliorare. La ricerca dei tartufi, praticata già dai Sumeri, svolge una funzione economica a sostegno delle aree interne boschive dove rappresenta una importante integrazione di reddito per le comunità locali, con effetti positivi sugli afflussi turistici come dimostrano le numerose occasioni di festeggiamento organizzate in suo onore. Il tartufo è un fungo che vive sottoterra ed è costituito in alta percentuale da acqua e da sali minerali assorbiti dal terreno tramite le radici dell'albero con cui vive in simbiosi. “Nascendo vicino alle radici di piante come il pino, il leccio, la sughera e la quercia – spiega ancora Coldiretti – il tartufo, deve le sue caratteristiche (colorazione, sapore e profumo) proprio al tipo di albero presso il quale si è sviluppato.



La forma, invece, dipende dal terreno: se è soffice il tartufo si presenterà più liscio; se è compatto, diventerà nodoso e bitorzoluto per la difficoltà di farsi spazio.

Riguardo agli aspetti più strettamente gastronomici e nutrizionali, i tartufi sono noti per il loro forte potere afrodisiaco e in cucina il nero oltre ad essere per lo più utilizzato in cottura o per farcire, viene “grattato” a crudo per arricchire piatti di pasta fresca e risotti.

Il tartufo bianco, invece, va rigorosamente gustato a crudo per apprezzarne tutta la complessità di profumi: la maggior parte degli esperti ritengono che renda la sua migliore espressione semplicemente sull'uovo, al tegame o in camicia, ma anche sul piatto di chitarrina, su una zuppa di farro oppure su un carpaccio di manzo, ma non è male nemmeno su un filetto di manzo.

Il tartufo può ritenersi a tutti gli effetti un alimento "light", dato che 100 grammi di bianco forniscono appena 31 kilocalorie e 100 grammi di estivo circa 45. Se proprio non si hanno occasioni per mangiarlo subito ecco infine qualche consiglio per la sua conservazione per qualche giorno: in un barattolo di vetro chiuso con il coperchio posto nella parte alta frigorifero avvolti in un tovagliolo di carta o, ancora meglio, di cotone o di lino, che vanno cambiati ogni giorno. Un segreto per il risotto, è riempire il barattolo con il riso coprendo bene il tartufo conservandolo in frigo per qualche giorno: la porosità dei chicchi favorirà l'assorbimento dell'aroma inconfondibile.

## **VADEMECUM PER ACQUISTARE, CONSERVARE E GUSTARE I TARTUFI**

### **ACQUISTO**

*Le qualità organolettiche del tartufo sono molto elevate al momento della raccolta ed il suo odore si attenua con il passar del tempo. E' consigliabile comprarlo presso un rivenditore di fiducia o nei mercatini dei luoghi di raccolta e solo nel periodo di piena maturazione.*

### **CONSERVAZIONE**

*Nel frigorifero in un barattolo a chiusura ermetica, avvolti uno ad uno in tovaglioli di carta.*

### **UTILIZZO**

*E' buona norma pulire i tartufi solo al momento del loro utilizzo spazzolandoli e solo se necessario passarli velocemente sotto un getto di acqua fredda.*

# L'Euro-Ortofrutticola del Trigno

Viaggio nell'impresa

“Dritto ‘al cuore del frutto’: è lì che miriamo. I nostri prodotti sono il risultato di metodi di coltivazione che rispettano e difendono i cicli naturali, per offrire alimenti salutari e di qualità”. Nicolino Torricella, di San Salvo, racconta così l'azienda di cui è presidente. “La Euro-Ortofrutticola del Trigno – dice – è realtà robusta”. La società è stata costituita il 21 febbraio 1971 come cooperativa agricola a responsabilità limitata. E nel giugno 1997 l'assemblea straordinaria dei soci, che attualmente sono 1.200, ha deliberato la volontà di essere riconosciuta "Organizzazione di produttori ortofrutticoli".

di  
Serena Giannico

La terra benevola, regina e assoluta protagonista, tra vallate infiorate di... bontà. “Le nostre piantagioni – riprende Torricella - si estendono nella valle del fiume Trigno, in altre zone del Vastese e lungo le colline litoranee del Molise, tra Campomarino e le piane Larino, per complessivi 1.375 ettari”. E' qui che, supportate da amorevoli mani callose, maturano pesche (oltre 150mila quintali all'anno) e nettarine, albicocche, susine, ciliege, mele, kiwi, pere, carciofi, fave, piselli, asparagi, fragole, uva da tavola, fichi, funghi, meloni, angurie, patate, pomodori da industria e da mercato, e una grossa varietà di ortaggi. “Quasi tutti gli appezzamenti dei soci produttori, - rimarca il presidente - sono compresi in zone le cui caratteristiche climatiche, fortemente favorevoli, influenzano la qualità della frutta, evidenziando al massimo i requisiti inerenti la bril-



lantezza del colore, il contenuto zuccherino, il sapore, la fragranza”. Momento fondamentale è la raccolta, perché caratterizza il pregio e la serbevolezza del prodotto: i frutti, per ciò, vengono staccati a più riprese a seconda del grado di maturazione. Il raccolto viene trasportato nello stabilimento di viale Canada, nella zona industriale di San Salvo, su carri gommati, in modo da non alterarne le caratteristiche durante il tragitto. “Il conferimento – spiega il direttore amministrativo Antonio Del Re – rappresenta una fase delicata in quanto il prodotto viene separato per varietà e per caratteristiche qualitative, mentre un tecnico ne verifica la durezza e i gradi zuccherini”. All’interno del magazzino – di 15mila metri quadrati e diviso in aree di accettazione delle materie prime, stoccaggio, carico e lavorazione - sono predisposti appositi spazi delimitati e contraddistinti da pannelli indicatori, con linee gialle sul pavimento. “Qui il prodotto



sosta temporaneamente, giacché la refrigerazione e la frigoconservazione hanno luogo nelle celle predisposte, indicate con un apposito cartello ben visibile. Lo stoccaggio e la movimentazione dei prodotti – evidenzia Del Re - avvengono in modo tale da garantire la loro perfetta conservazione ed integrità. La merce, dopo essere stata lavata e spazzolata, viene immessa nelle linee di selezione, dove viene fatta una cernita, eliminando la frutta matura e quella con difetti. Successivamente, dopo le ispezioni igieniche e burocratiche e dell’etichettatura, verrà spedita

sosta temporaneamente, giacché la refrigerazione e la frigoconservazione hanno luogo nelle celle predisposte, indicate con un apposito cartello ben visibile. Lo stoccaggio e la movimentazione dei prodotti – evidenzia Del Re - avvengono in modo tale da garantire la loro perfetta conservazione ed integrità. La merce, dopo essere stata lavata e spazzolata, viene immessa nelle linee di selezione, dove viene fatta una cernita, eliminando la frutta matura e quella con difetti. Successivamente, dopo le ispezioni igieniche e burocratiche e dell’etichettatura, verrà spedita





ai clienti”. L’imballaggio utilizzato è di tipo bins o cassette in plastica.

Quindici dipendenti fissi, 450 stagionali – per la maggior parte donne – e nuovi mercati accaparrati con la forza del gusto. Il 50 per cento del prodotto viene consumato in Italia: frutta fresca per la grande distribuzione: Coop, Despar, Conad. “Nel centro-sud – fa presente Piero Spidalieri, direttore commerciale – siamo leader”.

L’altra metà finisce all’estero: Germania, Belgio, Svizzera, Austria, Svezia, Inghilterra, Olanda Russia, Polonia e Repubblica Ceca. Nei supermarket dei colossi tedeschi Lidl, Edeka, Tesco. Il fatturato è di circa 13 milioni di euro annui. “L’azienda – afferma Torricella – ha sviluppato anche il segmento del biologico - ricercato in Europa - con metodi che prevedono l’utilizzo di sostanze non nocive per l’uomo. Si è cercato di difendere il territorio con le lotte contro l’installazione della centrale turbogas, per un’agricoltura sempre più legata all’ambiente. La frutta è certificata e siamo in grado di garantirne la rintracciabilità, dalla produzione ai punti vendita, con un sofisticato sistema di informatizzazione e di controllo. La nostra è una missione”.

La cooperativa negli anni è cresciuta tanto che attualmente ingloba, nell’organizzazione, una cantina e un frantoio, ubicati in via Gargheta e al cui interno si ha la trasformazione dei prodotti conferiti dai soci e quindi la produzione di mosti, vini ed extravergine di oliva. Attività che hanno un proprio direttore commerciale, Piero Pagano. L’Euro-Ortofrutticola raccoglie, ad ogni stagione, 100mila quintali di uve e di 10-15mila quintali di olive soprattutto delle varietà Gentile e Leccino. I vini prodotti sono il Montepulciano, Cerasuolo e Trebbiano Doc, Sangiovese, Rosso e Bianco Igt, Rosso, Rosato e Bianco da tavola. “Disponiamo – dichiara Torricella – di un funzionale e attrezzato laboratorio interno per il monitoraggio continuo delle caratteristiche organolettiche del prodotto. Per quanto riguarda l’olio usiamo il metodo dell’estrazione continua. La molitura avviene entro le 24 ore dalla raccolta e gli oli ricavati, per lo più destinati all’esportazione, sono l’extravergine di oliva, olio Dop e biologico. “Con l’ammodernamento degli impianti contiamo in un ulteriore sviluppo”

PRODOTTI	gen.	feb.	mar.	apr.	mag.	giu.	lug.	ago.	set.	ott.	nov.	dic.
asparagi			■	■	■							
fragole				■	■	■						
ciliegie					■	■						
albicocche					■	■	■					
meloni						■	■	■	■			
cocomeri						■	■	■				
nettarine						■	■	■				
pesche					■	■	■	■	■			
susine						■	■	■	■	■	■	
pere estive						■	■	■	■			
mele estive								■	■	■	■	
mele invernali	■	■										
kiwi	■	■	■									



# Progetto Excelsior

## Sistema informativo per l'occupazione e la formazione



*Excelsior* è il Sistema Informativo realizzato per il decimo anno consecutivo da Unioncamere e dal Ministero del Lavoro. Unioncamere, attraverso l'indagine *Excelsior*, intervista ogni anno oltre 100.000 imprese con almeno un dipendente di tutti i settori economici e di tutte le tipologie dimensionali, per chiedere di rendere noto in modo analitico il proprio fabbisogno di occupazione per l'anno in corso.

Per ampiezza e profondità di analisi, *Excelsior* è lo strumento informativo più completo oggi a disposizione dell'opinione pubblica per la conoscenza dei fabbisogni delle imprese sul mercato del lavoro.

In queste pagine pubblichiamo una sintesi dei principali risultati dell'indagine Excelsior relativamente alla provincia di Chieti a cura dell'Unità Operativa Studi Statistica Prezzi – Marketing territoriale della CCIAA di Chieti.

### 1 - I programmi di assunzione delle imprese

I risultati dell'indagine Excelsior, condotta da Unioncamere presso le imprese della provincia di Chieti, hanno messo in evidenza come una rilevante quota di imprese, pari al 35,8%, abbia intenzione di inserire nuovo personale all'interno della propria struttura aziendale (**Tav. 1**). E' possibile rilevare, inoltre, che nella nostra provincia le prospettive di lavoro sono migliori rispetto a quanto registrato a livello regionale (31,5%) e nazionale (26,5%).

A livello settoriale spiccano nette differenziazioni nella propensione ad assumere: le imprese manifatturiere (41%) e quelle edili (49,1%) risultano più orientate ad effettuare assunzioni rispetto a quelle dei servizi (25,7% per il commercio e 32,5% per gli altri servizi).

Al crescere della dimensione aziendale, inoltre, aumenta anche la propensione ad ampliare la propria dotazione organica: l'88% delle grandi imprese, infatti, è orientato in questa direzione. Seguono le imprese appartenenti alla classe 10-49 dipendenti (42,2%) e le piccole imprese (31,6%).

Tav. 1 - Imprese che prevedono assunzioni nel 2017 - Valori %

	Provincia di Chieti					Regionale	Totale
	Tutte	Industria	Commercio	Altri servizi	Edilizia		
Imprese che prevedono assunzioni (quale frazione %)							
Tutte	35,8	41,0	26,0	25,7	49,1	31,5	26,5
Imprese di dimensioni:							
Grandi (100+ dipendenti)	88,0	74,0	47,0	37,0	70,0	70,0	71,0
Medie (10-99 dipendenti)	42,2	40,0	36,0	31,0	43,0	31,5	40,0
Piccole (1-9 dipendenti)	31,6	30,0	28,0	26,0	33,0	26,5	31,0

Fonte: Unioncamere - Progetto Excelsior - Dati della CCIAA di Chieti

E' evidente, comunque, che la maggioranza delle imprese inter-

vistate non intende potenziare la propria pianta organica con nuove risorse.

Tra le principali motivazioni addotte dalle imprese a sostegno della scelta di non assumere personale nel corso del 2007, le più frequenti sono l'aver già un organico sufficiente rispetto alle esigenze della produzione (43,8%) e l'esistenza di difficoltà e incertezze di mercato (41,7%).

Una quota pari all'11% delle imprese, però, sarebbe disposto ad assumere in presenza di particolari condizioni, nello specifico un minor costo del lavoro (53,2%) e una minore pressione fiscale (35%).

## 2 - I movimenti previsti

Passando ad un'analisi più dettagliata dei flussi previsti, a fine 2007 sono attese complessivamente 6.430 nuove assunzioni (per un tasso di entrata pari all'8,7%) a fronte di 5.190 uscite dal lavoro (per un tasso di uscita pari al 7%). L'incremento del numero di lavoratori dipendenti atteso, quindi, è di segno positivo e pari a 1.240 unità, per un tasso di crescita del +1,7% (**Tav. 2**).

L'evoluzione prevista per la provincia di Chieti si colloca ad un livello superiore rispetto a quanto registrato a livello regionale (+1,4%) e nazionale (+0,8%).

Il confronto con l'anno precedente evidenzia, inoltre, come a fronte di un sostenuto incremento delle entrate (+780) ci sia stato anche un forte aumento delle risoluzioni dei rapporti di lavoro (+1.320) e come di conseguenza, il saldo sia risultato abbastanza ridimensionato, essendo passato dai 1.780 nuovi posti di lavoro del 2006 agli attuali 1.240.

Tav. 2 - Movimenti e flussi previsti per il 2007

	Provincia di Chieti					Abruzzo	Italia
	Entrate	Uscite	Entrate	Uscite	Saldo		
Movimenti previsti nel 2007 (in migliaia)							
Entrate	5.124	1.024	1.824	312	1.054	13.724	4.184
Uscite	3.154	3.140	437	672	374	12.314	3.140
Saldo	1.970	-1.116	1.387	-360	680	1.410	1.044
Tasso di crescita (in % rispetto al 2006)							
Tasso di entrate	7,7	5,4	7,7	10,2	4,7	4,7	7,4
Tasso di uscite	7,9	10,8	2,3	6,2	7,2	7,9	7,9
Saldo	-0,2	-5,4	5,0	-4,0	-2,5	-3,2	-0,5

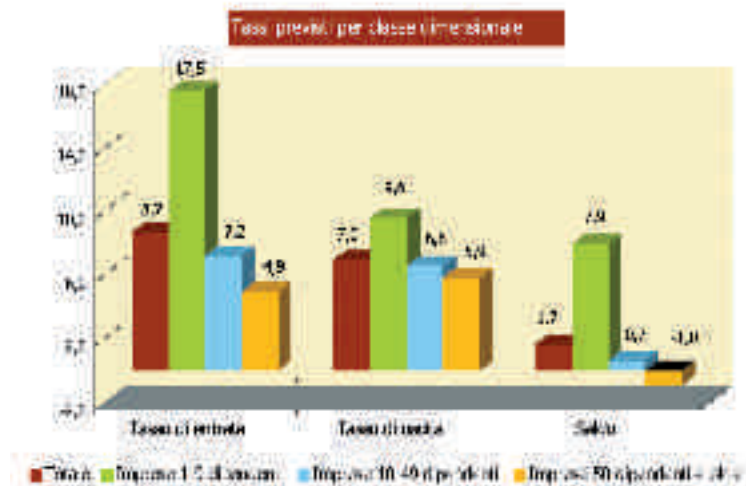
Fonte: ISTAT, Osservatorio del Lavoro, Chieti, 2007

Tav. 4 - Evoluzione del tasso di occupazione nel settore delle costruzioni, 2007

L'analisi per classe dimensionale conferma il ruolo di "serbatoio occupazionale" da sempre attribuito alle piccolissime imprese: le aziende che occupano meno di 10 addetti, infatti, registrano un tasso di crescita del +7,9%, anche se in flessione rispetto al 2006 (+8,6%).

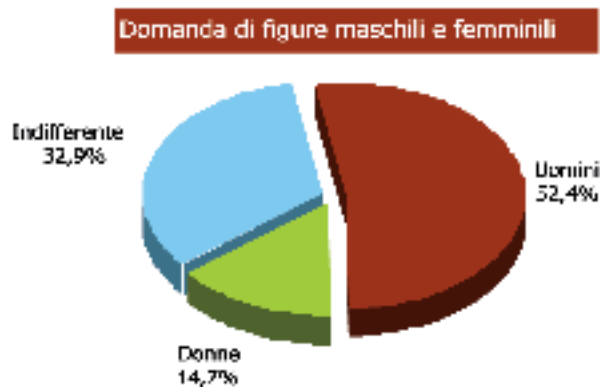
Le imprese che occupano tra i 10 e i 49 dipendenti mostrano un lieve incremento (+0,7%) mentre le imprese con più di 50 dipendenti dovrebbero chiudere l'anno con una lieve flessione della base lavorativa (-1%).

Disaggregando i dati dal punto di vista settoriale, emerge che la dinamica migliore si presenta nel comparto delle *costruzioni* che, con 1.600 entrate a fronte di 970 uscite, evidenzia il tasso di crescita più elevato (+8,6%).



Favorevole anche la dinamica del comparto dei *servizi* che presenta, in termini assoluti, il saldo più elevato, pari a 760 unità (+2,5%), sintesi della differenza tra le 2.840 entrate e le 2.080 uscite.

In particolare, presentano tassi di crescita al di sopra della media le attività del *commercio* (+350 unità per un tasso del +3,8%) e quelle legate al *turismo* (+180 unità pari ad un tasso del +7,5%). Per quanto riguarda l'*industria*, il saldo atteso tra entrate e uscite di personale si presenta con il segno negativo (150 occupati in meno per un tasso pari a -0,4%) e, al suo interno, l'unico risultato positivo è quello registrato per l'*industria alimentare e delle bevande* (+90 unità pari al +3,8%).



Relativamente al genere (maschio/femmina) ritenuto più idoneo allo svolgimento della professione per la quale si intende assumere, l'indagine Excelsior mostra che per il 52,4% delle assunzioni programmate è preferito personale di sesso maschile; per il 14,7% del totale, invece, è ritenuto più adatto il genere femminile. La percentuale di posti per i quali non è rilevante il sesso della persona da assumere è pari al 32,9%.

### **3 - Le figure professionali richieste**

Il Sistema Informativo Excelsior, attraverso l'analisi dei livelli professionali in entrata nei diversi settori economici, fornisce

importanti indicazioni sull'evoluzione della domanda di capitale umano espressa dalle imprese.

L'analisi svolta sulle previsioni formulate per il 2007 non rileva particolari cambiamenti rispetto agli anni precedenti, confermando lo scarso ricorso a risorse umane di livello elevato (le cosiddette professioni "high-skill") da parte delle imprese locali (Tav. 3): il gruppo professionale dei *dirigenti, impiegati con elevata specializzazione e tecnici*, infatti, assorbe soltanto il 12% delle entrate previste.

Tav. 3 - Assunzioni previste nel 2007 per gruppo professionale (Classificazione ISTAT) - Valori %

	Previsioni di Entrate					Totale	Quota
	Totale	Industria	Costruzioni	Commercio	Servizi		
Totale assunzioni	6.300	1.800	1.800	300	1.900	20.700	28,9%
Dirigenti, impiegati con elevata specializzazione e tecnici	750	200	400	50	100	1.100	17,4%
Impiegati, addetti ai servizi e ai servizi	2.500	600	1.000	100	1.800	10.000	24,9%
Conduttori, addetti a conduttori	400	200	100	100	300	4.000	9,7%
Operai specializzati e addetti alle costruzioni	1.500	1.000	500	100	1.000	10.000	15,0%
Totale	10.000	3.000	3.000	300	3.700	40.000	25,0%

Fonte: Elaborazioni a partire da dati ISTAT, Direzione Regionale del Lavoro, Direzione Regionale del Mercato del Lavoro, Direzione Regionale del Mercato del Lavoro, 2007

Scendendo ad un livello maggiore di analisi circa le specifiche figure richieste dalle imprese, va evidenziato che le maggiori opportunità lavorative riguarderanno i *tecnici dell'amministrazione e dell'organizzazione* (230 entrate) e i *tecnici delle scienze ingegneristiche* (180 entrate).

Quasi la metà delle assunzioni previste dalle imprese, invece, riguarderà il gruppo degli *operai specializzati e conduttori di impianti e macchine* e, fra questi, le figure professionali più richieste risultano essere i *conduttori di veicoli a motore* (640 entrate), gli *operai specializzati addetti alle costruzioni* (460 entrate), i *conduttori di catene di montaggio automatizzate e di robot industriali* (320 entrate) e i *meccanici, montatori, riparatori e manutentori di macchine fisse e mobili* (200 entrate).

Per quanto riguarda il gruppo professionale degli *impiegati, professioni commerciali e nei servizi*, si evidenzia come lo stesso concentrerà complessivamente il 24,3% delle assunzioni. Gli *addetti alla ristorazione ed ai pubblici esercizi* e gli *addetti alle vendite al minuto* risultano essere le figure professionali più richieste, interessando rispettivamente 490 e 450 delle entrate preventivate.

La domanda di *personale non qualificato* interesserà quasi il 15% del totale delle entrate preventivate, con una preferenza per il personale operante nelle *costruzioni e assimilati* (470 entrate) e nei *servizi di pulizia, igienici, di lavanderia e assimilati* (150 entrate).

#### 4 - Le tipologie contrattuali

I programmi occupazionali espressi dagli imprenditori in occasione dell'indagine Excelsior confermano, anche per quest'anno, la prevalenza dei rapporti di lavoro che saranno formalizzati con

contratto a tempo determinato: tale tipologia, infatti, riguarderà il 44,3% delle entrate complessive previste, risultando superiore sia al valore nazionale (42,6%) che a quello regionale (40,7%). I contratti a tempo indeterminato si attestano al 42,4% delle preferenze, mentre le richieste di inquadramento con contratti di apprendistato si rivolgeranno soltanto all'11,2% del totale delle assunzioni previste (Tav. 4).

Tav. 4 - Assunzioni previste nel 2007 per tipologia contrattuale

	Prevedibili (Mila)					Anno 2007	Totale
	Tempo	Indeterm.	Contratt. Apprendistato	Contratt. a termine	Alt. servizi		
Totale assunzioni *	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1000	1000
Per tipo di contratto (Assunzioni %)							
A tempo indeterminato	42,4	42,4	42,4	42,4	42,4	424	424
A tempo determinato	44,3	44,3	44,3	44,3	44,3	443	443
Contratti di apprendistato	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	112	112
Assunzioni totali	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1000	1000

\* Dati elaborati alle medie

Fonte: Elaborazioni del Sistema Informativo Excelsior - Ufficio Provinciale di Lavoro di Chieti

Focalizzando l'attenzione sugli andamenti dei diversi comparti economici si nota come la preferenza per il contratto a tempo indeterminato sia netta nel comparto delle *costruzioni* (67,5% del totale) mentre, al contrario, nell'*industria* oltre 6 assunzioni su 10 saranno a tempo determinato. Nel *commercio* e negli *altri servizi* invece, pur essendo prevalenti i contratti a termine, la differenza tra le due tipologie contrattuali non è particolarmente marcata. E' in crescita la quota di imprese che ricorrerà al part-time: quasi l'11% di esse, infatti, utilizzerà tale tipologia (9% è la media del triennio precedente), con una percentuale che sale al 20,8% nelle imprese dei *servizi*.

### 5 - Il livello di istruzione

Un'altra utile indicazione resa disponibile dal Sistema Informativo Excelsior è quella relativa ai titoli di studio richiesti dalle imprese.

L'andamento della provincia di Chieti appare in controtendenza rispetto a quanto rilevato a livello nazionale: è in aumento, infatti, la richiesta di figure professionali in possesso della sola *licenza media* mentre le entrate di personale in possesso di *laurea* risultano in ulteriore flessione. Più in dettaglio, la richiesta di personale con il più basso livello di scolarizzazione riguarderà il 47% delle entrate previste, mentre la domanda di forza lavoro in possesso di istruzione di livello universitario coprirà appena il 5,4% del totale (Tav. 5).

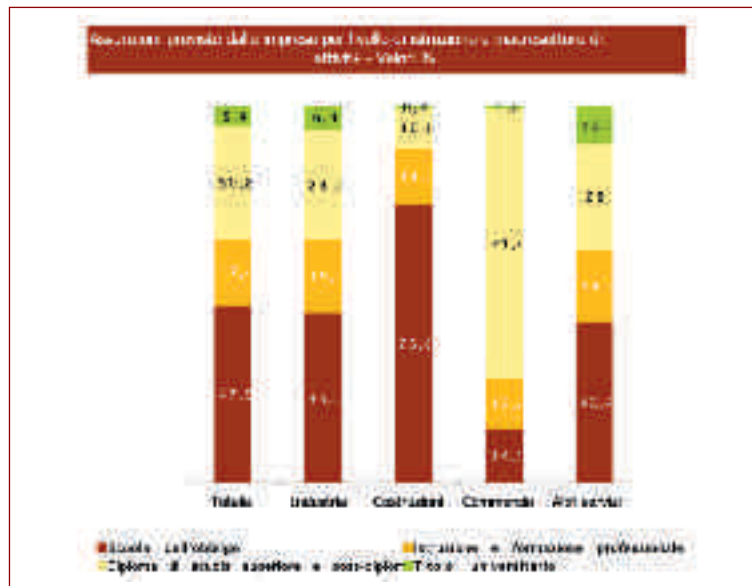
Tav. 5 - Assunzioni previste nel 2007 per livello di istruzione

	Prevedibili (Mila)					Anno 2007	Totale
	Tempo	Indeterm.	Contratt. Apprendistato	Contratt. a termine	Alt. servizi		
Totale assunzioni *	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1000	1000
Per livello di istruzione (Assunzioni %)							
Elementare	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	12	12
Media inferiore (Licenza media)	47,0	47,0	47,0	47,0	47,0	470	470
Media superiore (Licenza superiore)	20,8	20,8	20,8	20,8	20,8	208	208
Laurea triennale e quinquennale	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	112	112
Laurea magistrale	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	12	12
Assunzioni totali	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1000	1000

\* Dati elaborati alle medie (1) Dato di arrotondamento della somma tra i cinque livelli di istruzione

Fonte: Elaborazioni del Sistema Informativo Excelsior - Ufficio Provinciale di Lavoro di Chieti

Le richieste di personale in possesso del *diploma di scuola media superiore* si attestano al 30,2% del totale delle entrate previste, mentre i nuovi ingressi di lavoratori con l'*istruzione e la formazione professionale* riguarderà il 17,4% del totale.

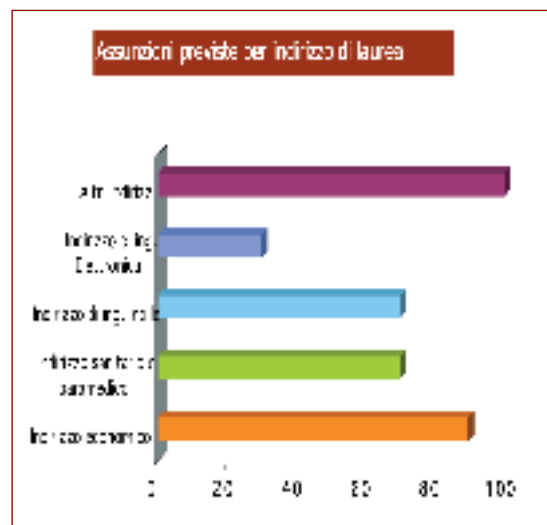


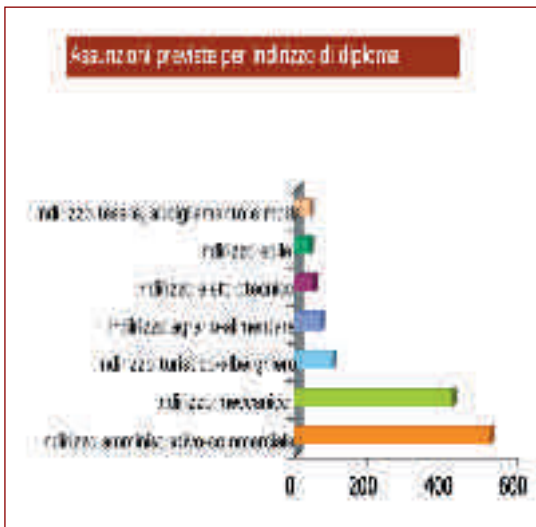
Con riferimento ai settori di attività si osserva come il livello di istruzione richiesto è più elevato nel settore dei servizi (10,2% laureati) rispetto all'industria (6,4% laureati) ed al comparto edile, dove oltre il 70% delle assunzioni riguarderà personale con il livello minimo di istruzione.

Incrociando i dati con quelli relativi alla dimensione aziendale, si evidenzia che la richiesta di istruzione superiore aumenta al crescere della dimensione d'impresa: per i laureati e i diplomati, infatti, esiste una domanda più elevata nelle imprese con oltre 50 dipendenti (12,8% per i primi, 41,7% per i secondi).

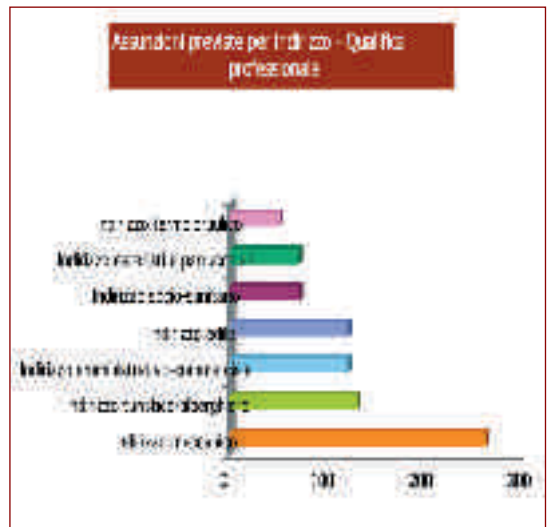
Scendendo ad un livello maggiore di analisi dei vari indirizzi dei singoli titoli di studio è possibile osservare che:

- tra i titoli universitari, con 90 entrate, è preferito l'indirizzo *economico*, seguito dall'indirizzo di *ingegneria industriale* e da quello *sanitario e paramedico* (70 le entrate previste per entrambi);
- tra i diplomi di scuola media superiore quello che sembra offrire le maggiori prospettive occupazionali è l'indirizzo *amministrativo-commerciale* (520 entrate previste); buone opportunità anche per quello *meccanico* per il quale si prevedono 420 assunzioni e per l'indirizzo *turistico alberghiero* (100 entrate previste);





• per quanto riguarda la qualifica professionale sono prevalenti l'indirizzo *meccanico* (260 entrate previste), quello *turistico-alberghiero* (130 entrate) e quelli *amministrativo-commerciale ed edile* (entrambi con 120 entrate).



L'indagine Excelsior offre anche importanti indicazioni per quanto riguarda le competenze in campo linguistico e informatico (Tav. 6).

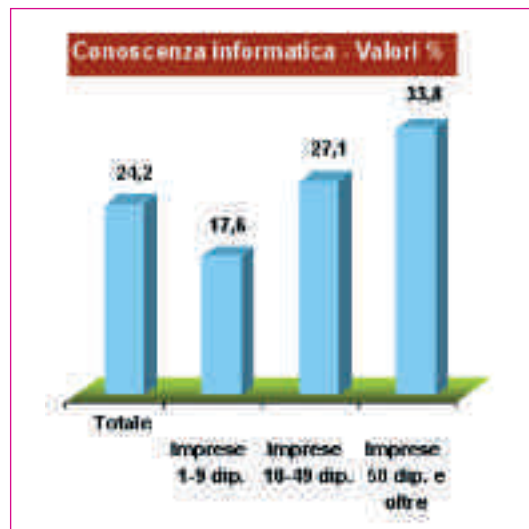
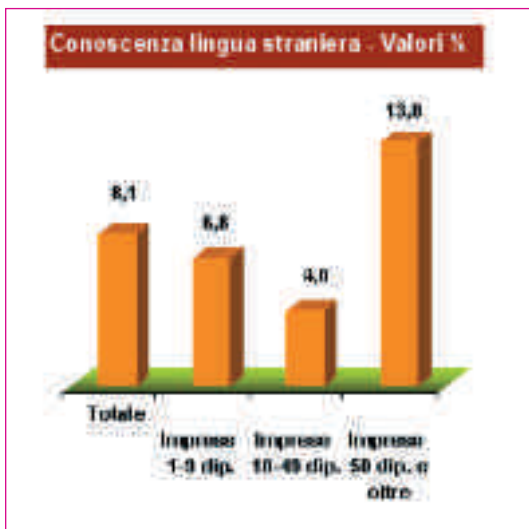
In particolare, la conoscenza delle lingue straniere è indispensabile per l'8,1% dei nuovi assunti, mentre nel campo informatico la percentuale sale al 24,2%.

Si rileva inoltre che queste conoscenze sono quasi imprescindibili per le figure professionali di livello più elevato e diventano invece meno rilevanti per le mansioni di tipo esecutivo.

Tav. 6 - Assunzioni previste nel 2007 per le quali è rilevante la conoscenza delle lingue e dell'informatica - Valori %

	Punteggi di Scelta					Totale	Totale
	Totale	Imprese 1-9 dip.	Imprese 10-49 dip.	Imprese 50 dip. e oltre	Altre		
<b>Totale assunzioni*</b>	5430	1896	1809	913	1520	22733	23649
<b>Abilità in lingua straniera (il 8,1% sul totale)</b>							
Totale	8,1	7,8	8,8	10,7	9,0	8,5	10,8
Imprese 1-9 dipendenti	8,8	1,4	5,0	15,5	12,4	9,7	12,8
Imprese 10-49 dipendenti	7,0	2,5	2,7	12,2	5,4	3,1	15,4
Imprese 50 dipendenti e oltre	13,0	7,2	8,8	12,2	13,0	12,1	13,7
<b>Abilità in informatica (il 24,2% sul totale)</b>							
Totale	24,2	30,2	18,8	26,2	23,9	23,3	23,0
Imprese 1-9 dipendenti	17,7	3,8	7,2	22,4	21,1	19,2	20,1
Imprese 10-49 dipendenti	27,1	40,8	8,8	17,7	19,1	19,1	23,9
Imprese 50 dipendenti e oltre	33,8	31,1	24,7	27,7	27,1	23,4	28,1

\*Fonte: Excelsior - Centro di Inform. Etwire - Istituto di Stat. 2007



## 6 - L'età e l'esperienza lavorativa

I risultati dell'indagine Excelsior confermano che per i giovani è più facile l'inserimento nel mondo del lavoro.

Dalle preferenze espresse dalle imprese si nota, infatti, che oltre quattro assunzioni su dieci interesseranno dipendenti fino a 29 anni (Tav. 7).

Scendendo più nel dettaglio, nella fascia 25-29 anni si concentrerà oltre il 25% del totale delle assunzioni, seguita dalla fascia di età 30-34 anni che riguarderà il 18,4% del totale.

Per una quota consistente di imprese, comunque, l'età non costituisce un elemento determinante: una impresa su tre, infatti, dichiara che l'anno di nascita dei potenziali lavoratori non è rilevante.

Tav. 7 - Assunzioni previste nel 2007 per classe di età

	Provincia di Chieti					Abruzzo	Italia
	Totale	Industria	Commercio	Comunicazione	Altre attività		
Totale assunzioni *	8.423	12.900	1.820	510	1.003	20.756	83.463
Per classe di età (distribuzione di)							
Fino a 29 anni	15	41,4	42	5,4	11	12,5	11,8
30-34 anni	25	27,7	200	38,1	27	20,3	20,8
35-39 anni	10,4	2,88	1,42	1,9	10,4	14,1	14,1
40 e più anni	7,3	1,9	0,9	1,1	7,3	10,2	8,7
In non rilevante	62,7	23,0	37,0	28,8	62,7	37,4	38,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Per informazioni vedere il testo

Fonte: ISTAT, www-Istat.it, Excelsior, 2006 e ISTAT, Excelsior, 2007

Nella fase di ricerca di nuovo personale, per le imprese riveste particolare importanza l'aver maturato un'esperienza lavorativa. Dalle preferenze espresse dalle imprese, si evidenzia, infatti, che per il 52,5% delle assunzioni previste (Tav. 8) è richiesta una precedente esperienza lavorativa, meglio se nello stesso settore (34,7%).

Focalizzando l'attenzione ai diversi comparti di attività, si rileva che una pregressa esperienza viene richiesta con maggior frequenza dalle imprese edili (63,5%).

Tav. 8 - Assunzioni previste nel 2007 per livello di esperienza richiesta

	Provincia di Chieti					Abruzzo	Italia
	Totale	Industria	Commercio	Comunicazione	Altre attività		
Totale assunzioni *	8.423	12.900	1.820	510	1.003	20.756	83.463
Per livello di esperienza richiesta (distribuzione di)							
Con esperienza di lavoro	52,5	41,3	41,9	34,4	57,5	34,7	34,7
Esperienza lavorativa nel settore	18	17,7	17,3	17	22,2	21,0	21,8
Esperienza lavorativa in altro settore	34,5	23,6	24,6	17,4	35,3	13,7	13,7
Senza esperienza di lavoro	47,5	58,7	58,1	65,6	42,5	65,3	65,3
Senza esperienza di lavoro nel settore	17,7	27,7	41,7	28,7	17,4	17,8	17,8
Senza esperienza di lavoro in altro settore	29,8	31,0	16,4	36,9	25,1	47,5	47,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Per informazioni vedere il testo

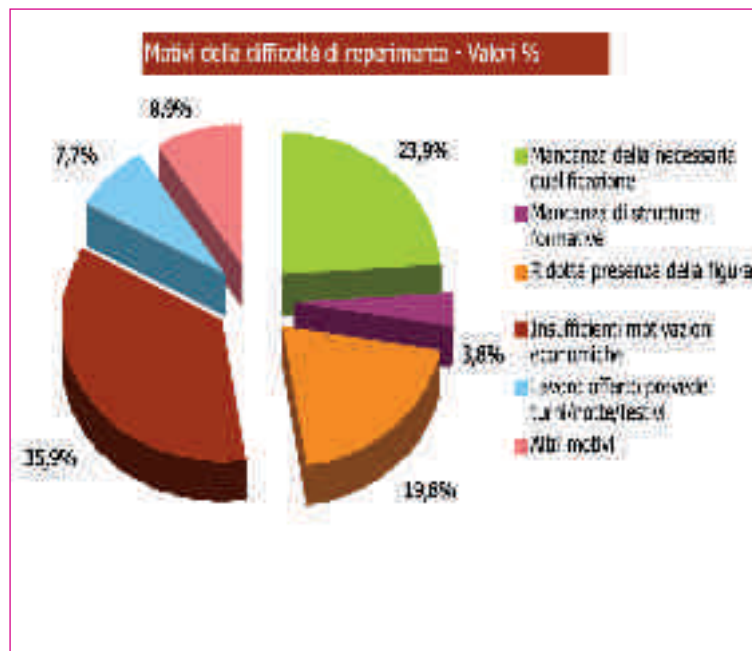
Fonte: ISTAT, www-Istat.it, Excelsior, 2006 e ISTAT, Excelsior, 2007

## 7 - La difficoltà di reperimento

Come emerso anche in occasione delle precedenti indagini, si rileva che per la domanda di lavoro è sempre più difficile incontrare l'offerta: infatti, quasi il 45% delle posizioni professionali che le imprese devono ricoprire sono considerate di difficile reperimento. I principali motivi addotti sono da ricondursi alle insufficienti



motivazioni economiche (35,9%), alla mancanza di qualificazione necessaria (23,9%) e alla ridotta presenza della figura richiesta sul mercato del lavoro (19,8%). Una quota pari all'8% circa dei posti di lavoro non sarà coperto perché sono previsti turni notturni o festivi.



## 8 - Le assunzioni di extracomunitari

Il fabbisogno di personale extracomunitario, nelle previsioni delle imprese, potrà arrivare a coprire oltre 1.850 assunzioni, pari al 28,7% del totale (Tav. 9).

Per quanto riguarda i settori economici, le percentuali oscillano fra il 13,2% registrato nel comparto del commercio ed il 44,6% di quello edile.

Tav. 9 - Assunzioni previste nel 2007 di personale extracomunitario

	Provincia di Cuneo					Totale	Italia
	Totale	Edilizia	Commercio	Industria e artigianato	Agricoltura		
Totale assunzioni*	2422	1590	1220	510	1202	28708	82488
Assunzioni di personale extracomunitario							
Totale	287	217	46	122	298	2700	2700
Settore Edilizia	279	217	46	122	298	2700	2700
Settore Commercio	20	0	0	0	0	160	160
Settore Industria e artigianato	20	0	0	0	0	240	240

\*Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro - Servizio Nazionale - Ottobre 2007

# 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 - Amministrativo	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
<b>Call Center Registro Imprese</b>	<b>199509050</b>
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.)	0871.5450433/444
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-alimentari 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:

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

