

riferimenti®

Periodico di informazione economica
Camera di commercio del
Verbano Cusio Ossola

Spedizione in abbonamento postale 45% - Art. 2
Comma 20/B - Legge 662/96 - U.P. Domodossola (VB)

www.vb.camcom.it € 0,52

Gennaio
Febbraio

1

Anno 07
2004



Competitività e governance

Si è svolto il 25 febbraio presso la sede camerale di Villa Fedora il convegno per la presentazione delle "Linee guida per il piano strategico del Verbano Cusio Ossola". L'evento è stata l'occasione per illustrare i risultati dello studio promosso dalla Camera di commercio del Verbano Cusio Ossola in collaborazione con il Laboratorio di Economia Locale dell'Università Cattolica di Piacenza, con l'obiettivo di tracciare, in concorso con gli attori locali, le linee strategiche di sviluppo del territorio e di costruire le premesse di un piano strategico per il VCO.

Tra i moltissimi spunti di ri-

flessione emersi, meritano particolare attenzione:

- il posizionamento competitivo del nostro territorio, che mostra un processo di crescita ancor a piuttosto debole

- i confortanti risultati sotto il profilo della qualità della vita, che collocano il Verbano Cusio Ossola nella fascia medio alta delle province italiane cui fanno peraltro riscontro dati più preoccupanti sotto il profilo della sostenibilità dello sviluppo, con criticità riguardo allo sostenibilità sociale ed ambientale

- la rilevanza dell'innovazione per favorire e positive dinamiche di sviluppo socio

economiche, la crescente importanza sotto questo profilo degli aspetti immateriali ed il ruolo centrale delle imprese

- l'importanza strategica degli investimenti per favorire la crescita della qualità e la sua valorizzazione, purché accompagnati da interventi "di sistema", come emerge con chiarezza dal benchmarking effettuato sui leader italiani ed europei dei settori turistico, florovivaistico, del lapideo e del casalingo

- il ruolo fondamentale di tutti gli attori locali, amministratori pubblici ed operatori economici, rappresentanti della società civile, chiamati a sviluppare meccanismi di

governance locale per mobilitare le risorse locali ed esterne al fine di favorire lo sviluppo del territorio

Per questo motivo l'ente camerale ritiene fondamentale la creazione di un Tavolo per lo sviluppo, che coordini la realizzazione di un vero e proprio "piano strategico per il VCO". Questa Camera di commercio è disponibile a supportare questo percorso, in linea con la propria mission: far crescere le imprese ed il sistema delle imprese per sviluppare il territorio in modo equilibrato e sostenibile.

Il Presidente
Giuseppe Moroni

Il Piano Strategico del Vco e lo sviluppo del territorio

La Camera di Commercio del VCO ci ha fatto un bel regalo. A noi ricercatori del Laboratorio di Economia Locale perché ci ha scelto come partner in un percorso stimolante di analisi sociale ed economica in un'area nota come quella dell'Isola Bella e di Alessi. Agli abitanti e rappresentanti delle istituzioni locali, ai quali ha consegnato un Piano Strategico che individua scenari e strategie di sviluppo per tutta l'area. E lo ha consegnato non come "dono dall'alto", ma come processo condiviso, mettendo insieme tutti gli attori locali, che sono le istituzioni pubbliche, gli operatori economici, i rappresentanti delle realtà sociali e culturali.

Ora spetta ai responsabili della cosa pubblica e delle associazioni di categoria di utilizzare questo lavoro collettivo, selezionarne le azioni da implementare in base alle proprie competenze, cercare di attuarne le linee strategiche.

Il futuro di questa meravigliosa area del Nord italiano si deciderà anche a partire dalla soluzione di alcuni dilemmi cui il territorio non potrà non dar risposta: far parte dell'Arco Alpino o dell'area cosiddetta della "banana blu" che collega Milano con Londra? Puntare e decisi alla sostenibilità ambientale dello sviluppo o cercare di mediare bellezza naturale e produzioni chimiche, meccaniche e del lapideo? Aggregare i mercati nei quattro settori leader (casalingo, turismo, lapideo, floricolo) con scelte di qualità e di innovazione o accettare il lento declino produttivo di comparti definiti oggi "maturi"? Rafforzare le eccellenze che vi danno reddito e ricchezza o cercare di attrarre risorse dall'esterno sia come turisti o residenti che come imprese e investimenti?

I piani strategici servono anche a questo: a porsi domande e obiettivi di lungo periodo che nell'immediato non cambiano nulla ma permettono di orientare nel tempo sforzi, investimenti, progettualità: servono a creare spazi di comunicazione e confronto tra mondi che altrimenti non riescono ad incontrarsi in modo corretto e libero: pensiamo alle relazioni possibili tra operatori economici e rappresentanti del non profit, o mondo della cultura e politici. Non significa assolutamente togliere legittimità alle istituzioni che mantengono tutte le loro titolarità, e anzi vengono rafforzate perché più in sintonia con i bisogni e le istanze di tutte le componenti sociali ed economiche.

Paolo Rizzi

Direttore del Laboratorio di Economia Locale dell'Università Cattolica di Piacenza



Lavori in corso
pagg. 1/5



Nuove opportunità
pag. 6



Speciale progetti
pag. 7



Il territorio informa
pag. 8



Fiera Ambiente 2004: stand collettivo

a cura di Ombretta Minoli

Dal 20 al 24 febbraio Francoforte è stata il centro del mondo dei prodotti di consumo: espositori e visitatori di oltre 100 nazionalità hanno visitato la fiera Ambiente nei 5 giorni dedicati.

La Fiera Ambiente di Francoforte è riconosciuta a livello mondiale come la manifestazione più importante per i seguenti settori:

- Tavola&Cucina: tavola apparecchiata, casalinghi, decorazioni per la tavola ed articoli in porcellana, vetro cristallo, ceramica e argento.
- Gourmet shop, tessuti per la casa.
- Present&Carat: artigianato, idee regalo, articoli per fumatori, gioielleria e bigiotteria.
- Domus&Gallery
- Country home: mobili ed accessori in stile rustico, mobili da giardino
- Interior design: complemento di arredo, piccoli mobili, tessuti di arredamento, accessori di design
- Classic Interior: mobili classici, tessuti per la casa
- Gallery: quadri e cornici, dipinti, stampe artistiche, poster.

La Camera di commercio del Verbano Cusio Ossola ha affittato uno stand per la partecipazione collettiva di 7 aziende del distretto del casalingo:

- Motta Design - Ornavasso
- Cerutti Inox - Omegna
- Calder - Casale Corte Cerro
- Puppieni - Omegna
- Astor - Verbania
- Eppicotispai - Omegna
- Panetta Casalinghi - Omegna

Nell'area aperta sui 4 lati di 220 mq. è stato allestito uno stand dalla società P&P Italia, dove ogni azienda ha avuto uno spazio per esporre i propri prodotti.

L'area comprendeva anche uno spazio dedicato alla promozione del distretto del casalingo anche attraverso la proiezione di immagini riguardanti il portale. Obiettivo del portale è quello di utilizzare le nuove tecnologie informatiche per attivare forme di collaborazione fra imprese industriali e subfornitori artigiani agevolando l'incontro fra domanda e offerta a livello provinciale, e contemporaneamente promuovere il distretto nel mercato italiano e internazionale.

E' stata inoltre distribuita la pubblicazione sul Sistema Casa del VCO realizzata in lingua italiana, inglese e tedesca nell'ambito del progetto di cooperazione e sviluppo per l'Ungheria.



Sportello Internazionalizzazione
Tel. 0323.912.820

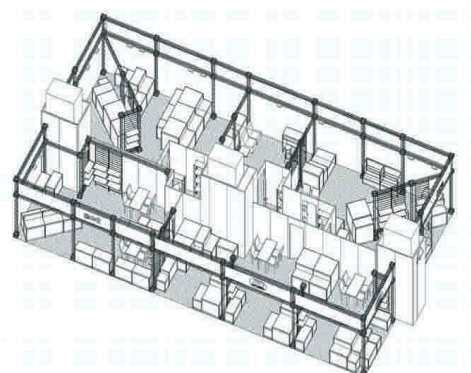
E-mail:
internazionalizzazione@vb.camcom.it

Distretto del Casalingo

Piemonte Italia

- Acea Manodomecici - Gravellona Toce
- Alessi - Omegna
- Arté - Omegna
- Astor - Verbania
- Bialetti Industrie - Omegna
- Calder - Omegna
- Calderoni Fratelli - Casale Corte Cerro
- Casalinghi STO - Omegna
- Cerutti Inox - Omegna
- Eppicotispai - Omegna
- Fonderie Dellatorre - Gravellona Toce
- Girmi - Omegna
- Lagostina - Omegna
- Legnoart - Omegna
- Manfredelli Domenico - Casale Corte Cerro
- Metal CC - Casale Corte Cerro
- Metallurgica Italo Ottinetti - Baveno
- Metallurgica Motta - Omegna
- Motta Design - Ornavasso
- Panetta Casalinghi - Omegna
- Pepper Style - Pellenasco
- Piazza Effepi - Omegna
- Puppieni - Omegna
- Ruffoni - Omegna
- Tarrano Lorenzo e Figli - Omegna
- Tecnologie Costruttive - Verbania
- Togno Plastics - Omegna
- Tre B - Omegna
- VIS Francesco Visconti - Omegna

Camera di Commercio del Verbano Cusio Ossola





Di cosa hanno bisogno le nostre imprese?

a cura di Ombretta Minoli

La Camera di commercio del Verbano Cusio Ossola ha, dalla sua nascita, cercato di capire e comprendere i bisogni delle imprese che operano nella provincia. Per questo motivo ha iniziato a ricercare in diverse direzioni e con altrettanti interlocutori le reali necessità del tessuto imprenditoriale.

Pertanto, in collaborazione con il Centro Estero delle Camere di commercio Piemontesi e Unioncamere Piemonte, è stato recentemente realizzato un progetto diretto a:

- consolidare la conoscenza sul marketing dei servizi dei funzionari camerale che si occupano di internazionalizzazione

- analizzare i bisogni specifici di un campione significativo di aziende rispetto agli obiettivi di internazionalizzazione, attraverso una rilevazio-

ne presso le imprese. Questa rilevazione è stata condotta da consulenti del Centro Estero insieme ai funzionari camerale. Gli incontri sono stati preceduti dall'invio di un questionario a domande chiuse, e durante la visita i consulenti porranno agli intervistati una serie di domande aperte. A breve i dati più rilevanti verranno raccolti in un software per fornire spunti operativi alla Camera di commercio del Verbano Cusio Ossola e all'intero sistema camerale piemontese.

Il campione individuato nel Verbano Cusio Ossola è di 25 aziende operanti nel settore dei casalinghi, delle macchine per la lavorazione del marmo, del tessile per arredo, delle costruzioni meccaniche, dell'estrazione di materiale lapideo e lavorazione.

Dalle interviste emerge,

con l'eccezione di alcuni casi che manifestano un'elevata preoccupazione in relazione alle possibilità di superamento della crisi competitiva attualmente presente, che la maggior parte delle piccole e medie imprese intervistate dichiara di voler perseguire una strategia di sviluppo e ampliamento delle proprie attività commerciali all'estero. Le principali esigenze di assistenza, consulenza e supporto, riguardano, nel caso delle imprese di piccole e medie dimensioni:

- supporto per il coordinamento e la realizzazione di iniziative promozionali congiunte tra piccole imprese;
- supporto promozionale per realizzare iniziative mirate;
- supporto per la promozione dell'immagine del prodotto piemontese all'estero;
- consulenza su problemi di normativa, contrattualistica

internazionale, dogane e fiscalità;

- consulenza per impostare un piano di lavoro per l'estero.

In generale, anche sulla base dell'esperienza sopra indicata, emerge l'intenzione delle imprese di utilizzare strategie promozionali più mirate all'estero. Alcune aziende indicano di aver interrotto la partecipazione ad importanti iniziative fieristiche internazionali, a causa dei costi eccessivi. In questi casi, la promozione è stata sostituita da contatti diretti con la clientela estera.

riferimenti

Punto Nuove Imprese
Baveno tel. 0323.912.803
Domodossola tel. 0342.482.279
E-mail:
nuove.impres@vb.camcom.it

I Vostr*ri* riferimenti

A chi rivolger*vi* per le vostre necessità:

- | | |
|---|----------------|
| • Albi e ruoli - Rec | ☎ 0323.912.827 |
| • Metrico, ispettivo sanzionatorio | ☎ 0323.912.810 |
| • Marchi e brevetti | ☎ 0323.912.842 |
| • Promozione | ☎ 0323.912.839 |
| • Registro Imprese - Albo Imprese Artigiane | ☎ 0323.912.823 |
| • Internazionalizzazione - Certificati Estero | ☎ 0323.912.820 |
| • Sportello Nuove Imprese Baveno | ☎ 0323.912.803 |
| Domodossola | ☎ 0324.482.279 |
| • Statistica | ☎ 0323.912.832 |
| • Segreteria di Direzione | ☎ 0323.912.815 |
| • Personale | ☎ 0323.912.852 |
| • Risorse e Patrimonio | ☎ 0323.912.802 |
| • Provveditorato | ☎ 0323.912.801 |
| • Ufficio di Domodossola | ☎ 0324.243.079 |



Riorganizzazione struttura camerale

L'approvazione, da parte del Consiglio camerale, del Piano strategico dell'Ente ha determinato una riflessione sull'organizzazione delle attività camerali e, quindi, una riflessione sull'individuazione dei fabbisogni di professionalità, che nel medio periodo risulteranno necessari all'evoluzione organizzativa di questo Ente.

La Camera di commercio, infatti, ha assunto all'interno del territorio economico provinciale un ruolo crescente, presidia e deve presidiare sempre più problematiche con un alto indice di complessità.

Per realizzare una maggiore integrazione tra i servizi, una migliore gestione della complessità e un maggior supporto agli organi camerali, la Giunta camerale ha approvato tre linee di intervento che andranno a modificare, in modo significativo, la struttura e ad implementare alcuni strumenti e modalità di lavoro di una organizzazione che apprende (*learning organisation*).

Le tre linee di intervento sono le seguenti:

1. Integrazione dei *core business* delle varie funzioni, attraverso una diminuzione dei servizi, da otto a sei, legati a modifiche e accorpamenti nelle stesse.
2. Individuazione di una figura dirigenziale inserita nell'organizzazione a supporto del Segretario generale e dei responsabili.
3. Mobilità, di carattere volontario, di alcuni dei responsabili attuali, rispetto ai Servizi sopra individuati.

L'evoluzione organizzativa, articolata come è descritta dall'organigramma presentato nella pagina

seguinte, è legata, quindi, al nuovo ruolo dell'Ente all'interno del territorio provinciale e agli obiettivi strategici approvati dal Consiglio camerale.

Le novità più rilevanti, con un impatto forte nei confronti degli utenti, sono senz'altro legate agli uffici di *linea*, che si sono ridotti a tre e precisamente:

1. Promozione e sviluppo locale, che accorpa le attività del Servizio Studi e Statistica e del Servizio Promozione;
2. Anagrafe delle imprese, che accorpa le attività del Servizio Registro Imprese e della Commissione Provinciale Artigianato;
3. Trasparenza e regolazione del mercato, che accorpa le attività del Servizio metrico ispettivo e sanzionatorio e le attività legate agli albi camerali.

La nuova organizzazione, inoltre, potrà contare sulla presenza di una figura dirigenziale, inserita nella struttura non in un rapporto di tipo gerarchico, ma di staff e collaborazione. Il dirigente non avrà dei collaboratori diretti, ma saranno di volta in volta le "funzioni" che forniranno, a seconda dell'attività da svolgere, le risorse necessarie.

L'individuazione della figura dirigenziale permetterà anche un miglior supporto agli organi camerali da parte del Segretario generale. Il dirigente dovrà garantire e l'attuazione di progetti trasversali e complessi, e avrà quindi un ruolo di facilitatore all'interno dell'Ente.

I responsabili dei Servizi continueranno ad essere gestori delle risorse umane assegnate al servizio e nello stesso tempo dovranno collaborare con il dirigente per la realizzazione di quegli obiettivi co-

muni, individuati all'inizio di ogni anno sulla base degli obiettivi strategici dell'Ente.

L'accorpamento di nuove attività e la mobilità di alcuni responsabili determinerà nel corso dell'anno un'implementazione di nuove competenze, partendo da quelle già acquisite, e quindi un incremento di competenze dell'Ente in senso più generale.

Il passaggio a questa nuova organizzazione a matrice risulta necessario per poter affrontare i nuovi compiti e le nuove progettualità che l'Ente dovrà svolgere nei prossimi anni. Accanto ad una nuova organizzazione è necessaria una riflessione ampia sulle professionalità necessarie all'Ente, che siano in grado di rispondere in modo adeguato sia alle innovazioni tecnologiche, sia alle sollecitazioni e richieste provenienti dal sistema economico.

Tale aspetto è stato considerato nel programma a scadenza triennale del fabbisogno del personale, piano triennale che ha tenuto conto dell'articolazione dei diversi servizi, della necessità di figure di "professional", e di profili professionali in grado di rispondere adeguatamente alle innovazioni tecnologiche ed organizzative.

L'attuazione di tale organizzazione è supportata da strumenti già in uso presso l'Ente, quali il tavolo dei responsabili, la pianificazione degli obiettivi, il controllo di gestione, la valutazione dei risultati, e dall'avvio, nel 2004, di un sistema di *Customer Relationship Management*.

I dati forniti dal controllo di gestione hanno permesso di definire meglio gli obiettivi annuali, individuati dalla struttura a sulla base delle indicazioni del piano strategico dell'Ente, avendo a disposizione indicatori sia qualitativi che quantitativi. Tali dati permet-

tono ai responsabili e alla dirigenza di valutare le attività dei diversi Servizi, soprattutto in relazione al costo del "prodotto", ai tempi utilizzati per attività, al rapporto domanda/offerta.

In questa prospettiva di cambiamento è stata definita anche una nuova collocazione fisica dei diversi Servizi e uffici.

Infatti si è previsto un utilizzo degli spazi più funzionale alle esigenze degli utenti, che nel contempo renda evidente la maggiore attenzione dell'ente alle relazioni con il territorio e faciliti l'integrazione tra servizi, attraverso:

- individuazione di un ampio spazio per l'organizzazione di eventi e riunioni, a disposizione dell'intero territorio al piano terra;
- individuazione di un unico grande spazio fisico di accoglienza degli utenti ed erogazione dei servizi camerali al primo piano;
- individuazione di uno spazio adeguato che ospiti Presidenza, Direzione, Segreteria al secondo piano.

riferimenti

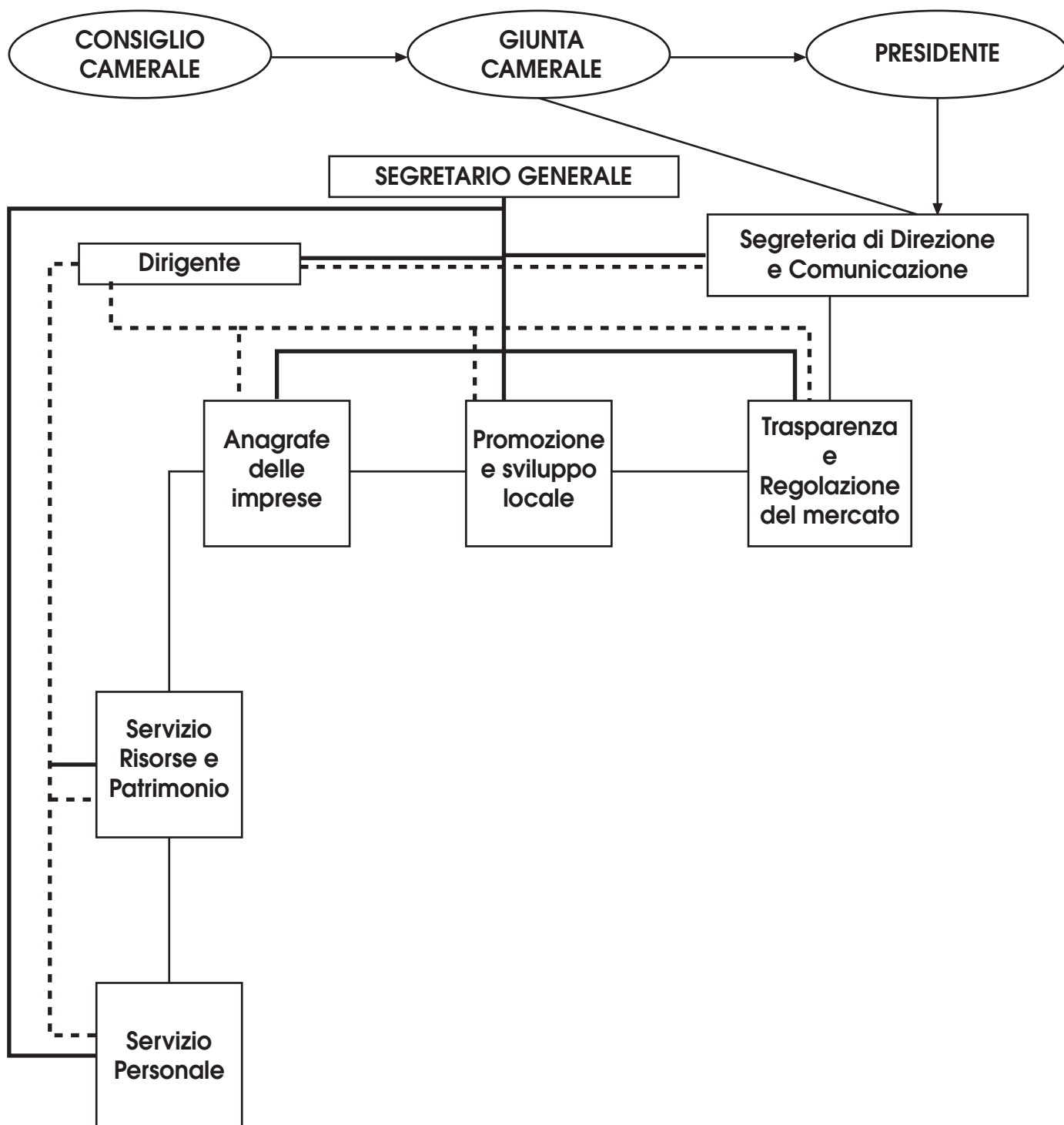
Rachele Bianchi
Tel. 0323/912.852

E-mail:
rachele.bianchi@vb.camcom.it



Organigramma

Camera di Commercio del Verbano Cusio Ossola





Nuove modalità di trasmissione telematica

A decorrere dal 1° gennaio 2004, l'art. 2, comma 54, della legge finanziaria ha aggiunto due nuovi commi all'art. 31 della legge 340/2000:

Il comma 2-quater, che recita: "il deposito dei bilanci e degli altri documenti di cui all'art. 2435 del codice civile può essere effettuato mediante trasmissione telematica o su supporto informatico degli stessi, da parte degli iscritti negli albi dei dottori commercialisti, dei ragionieri e periti commerciali, muniti della firma digitale e allo scopo incaricati dai legali rappresentanti della società."

Il comma 2-quinquies, che recita: "il professionista che ha provveduto alla trasmissione di cui al comma 2-quater attesta che i documenti trasmessi sono conformi agli originali depositati presso la società. La società è tenuta al deposito degli originali presso il registro delle imprese su richiesta di quest'ultimo. Gli iscritti agli albi dei dottori commercialisti e dei ragionieri e periti commerciali, muniti di firma digitale, incaricati dai legali rappresentanti della società, possono richiedere l'iscrizione nel registro delle imprese di tutti gli altri atti societari per i quali la stessa sia richiesta e per la cui redazione la legge non richieda espressamente l'intervento di un notaio."

A tale proposito si rende opportuno chiarire le modalità di trasmissione telematica per l'iscrizione/deposito degli atti/domande/denunce nel registro delle imprese.

• Dottori commercialisti, ragionieri e periti commerciali.

Sono legittimati a presentare tutte le pratiche per l'iscrizione nel registro delle imprese, ad esclusione di quelle per la cui redazione la legge prevede l'intervento del notaio, con la sola propria firma digitale.

Dovranno indicare la loro qualità di incaricato ai sensi della legge 340/2000 art.31 comma 2-quater e 2-quinquies.

Dovranno indicare, nel quadro note del Fedra, la dichiarazione, ai sensi degli artt.46 e 47 del DPR 445/2000,:

- di esser e stati incaricati a richiedere l'iscrizione;
- di essere iscritti all'Albo dei dottori commercialisti o al Collegio dei ragionieri e

periti commerciali di _____ al n.: _____ dal _____;

- che i documenti trasmessi sono conformi agli originali depositati presso l'impresa.

Gli obbligati ai sensi del codice civile, individuati a seconda del tipo di domanda/denuncia presentata (per esempio: rinnovo cariche, iscrizione di nomine, accettazione cariche, delega di poteri), devono firmar e autografamente sul modello firme in bianco con l'identificazione del codice pratica, che deve poi essere scannerizzato ed allegato da riepilogo come file.

E' inoltre necessario allegare separatamente i documenti di identità scannerizzati (cod. E20).

La stessa procedura (Legge 24/11/2000, n.340) può essere effettuata anche per la presentazione delle istanze relative alle imprese individuali.

Quindi:

L'obbligato ai sensi del codice civile, titolare e dell'impresa individuale, deve firmare autografamente sul modello firme in bianco con l'identificazione del codice pratica, che deve poi essere scannerizzato ed allegato da riepilogo come file.

E' inoltre necessario allegare separatamente il documento di identità scannerizzato (cod. E20).

• Altri intermediari (consulenti del lavoro, agenzie di disbrigo pratiche amministrative, tributaristi, altri).

Potranno occuparsi della mera trasmissione telematica delle pratiche in qualità di semplici intermediari con la propria firma digitale:

1. Nel caso in cui almeno un soggetto dell'impresa (amministratore, legale rappresentante, titolare) sia in possesso di smart-card:

- dovrà firmar e digitalmente quale soggetto obbligato (amministratore, legale rappresentante, titolare dell'impresa) la distinta di presentazione.

- dovranno firmar e digitalmente sulla distinta (se in possesso di smart-card) o autografamente sul modello firme in bianco con l'identificazione del codice pratica, poi scannerizzato ed allegato da riepilogo come file, anche gli altri eventuali obbligati ai sen-

si del codice civile, individuati a seconda del tipo di domanda/denuncia presentata (per esempio: rinnovo cariche, iscrizione di nomine, accettazione cariche, delega di poteri).

- nel caso di firmatari autografi è necessario allegare separatamente i documenti di identità scannerizzati (cod. E20).

2. Se nessuno dei soggetti obbligati dell'impresa è in possesso della smart-card è possibile utilizzare il modello di "procura speciale" realizzato da Unioncamere, firmata autografamente da tutti i soggetti obbligati, quindi scannerizzata e firmata digitalmente dall'intermediario.

E' necessario allegare separatamente i documenti di identità scannerizzati dei firmatari autografi (cod. E20).

La stessa procedura (Legge 24/11/2000, n.340) può es-

sere effettuata anche per la presentazione delle istanze relative alle imprese individuali.

Quindi:

Se il titolare dell'impresa, obbligato ai sensi del codice civile, non è in possesso della smart-card è possibile utilizzare il modello di "procura speciale" realizzato da Unioncamere, firmata autografamente dal titolare e dell'impresa, quindi scannerizzata e firmata digitalmente dall'intermediario.

E' necessario allegare separatamente il documento di identità scannerizzato del firmatario autografo (cod. E20).

• Trasmissione diretta.

Per le imprese che ad oggi trasmettono le pratiche telematiche direttamente al registro delle imprese valgono le stesse modalità finora attuate.

Disposizioni in materia previdenziale (art. 44, comma 8, d.l. n 269/2003)

L'art.44, comma 8 della legge n.326/2003 di conversione del D.L.n.269/2003 dispone che le domande di iscrizione alle Camere di commercio delle imprese artigiane e di quelle esercenti attività commerciali, hanno effetto, sussistendo i presupposti di legge, anche ai fini dell'iscrizione agli Enti previdenziali e del pagamento dei contributi e premi agli stessi dovuti.

Considerato che tale norma presenta alcune difficoltà interpretative, è stato attivato un tavolo di lavoro cui partecipano l'Unione italiana delle Camere di commercio, il Ministero delle Attività Produttive, nonché INPS e INAIL, al fine di addivenire ad una soluzione interpretativa e all'omogeneità procedurale fra INPS e INAIL che al momento stanno assumendo comportamenti diversi in ragione delle rispettive peculiarità.

Per quanto riguarda l'INAIL, in attesa della definizione degli aspetti sia normativi che procedurali, i competenti uffici territoriali hanno già ricevuto istruzioni per continuare la gestione delle posizioni assicurative con le medesime procedure finora seguite, senza alcuna modifica: le imprese, pertanto, continueranno a presentare agli uffici INAIL ogni istanza e denuncia.

Per quanto riguarda l'INPS, invece, i soggetti interessati non dovranno più recarsi presso le sedi territoriali, né presentare per il momento moduli aggiuntivi alla Camera di commercio.

Le comunicazioni delle iscrizioni, modifiche e cessazioni che l'INPS riceve direttamente dal sistema informativo delle Camere di commercio sono per ora ritenute sufficienti per aprire una posizione previdenziale per l'impresa e per avviare il colloquio diretto tra la sede territoriale INPS e l'impresa stessa.

Fino alla definizione di una procedura "a regime", pertanto, le imprese saranno tenute unicamente a presentare le richieste di iscrizione nel Registro delle Imprese.

Nessuna innovazione è per ora prevista per le imprese artigiane che, anche in materia previdenziale, continueranno a rivolgersi alla competente CPA.

riferimenti

Barbara Pellini
Tel. 0323.912.823
E-mail:
registro.imprese@vb.camcom.it



La mostra della Camelia di Verbania

riapre i battenti per la 38^a edizione

La 38^a mostra della camelia di Verbania si terrà il 3 e 4 aprile (*Ingresso libero - Orario: sabato 11-22.30-domenica 9-19*) nella tradizionale sede di Villa Giulia che riaprirà i battenti dopo un lungo lavoro di ristrutturazione. L'iniziativa, organizzata dal Consorzio Fiori Tipici Lago Maggiore e dal Comune di Verbania, è realizzata in collaborazione con Regione Piemonte, Provincia del VCO, Camere di commercio del Verbano Cusio Ossola e di Novara, Federfiori, Confcommercio e ASCOM del VCO e Novara, Distretto Turistico dei Laghi, Società Italiana della Camelia, Garden Club Verbania, Consorzio Tutela Nebbioli Alto Piemonte. Nei saloni di Villa Giulia saranno esposte più di 250 cultivar di camelia. Accanto ai fiori e composizioni floreali a tema sarà allestita una mostra di suggestive foto di Gianbattista Bertolazzi tratte dal libro

"Antiche camelie del Lago Maggiore" edito da Alberti Libraio Editore. Uno spazio sarà dedicato anche a:

- un'esposizione di originali creazioni con fiori e foglie pressati a cura di Maura Milani. L'artista eseguirà alcuni lavori in presenza del pubblico e terrà una lezione per i bambini **domenica 4** aprile, alle ore 15

- punto vendita di piante di camelie

- vendita di libri a soggetto floreale

Inoltre, **sabato 3 aprile**

- alle ore 16 a Villa Giulia il prof. Gao Jiyin dell'Università di Shanghai, e il prof. Gianmaria Motta, direttore della International Camelia Society, illustreranno recenti studi e scoperte sulle camelie

- alle ore 21, per festeggiare la riapertura di Villa Giulia, si terrà un concerto di musica classica del Nuovo Quartetto Paganini

Domenica 4 aprile avrà luogo il Concorso di decorazione floreale dal titolo "La Signora delle camelie" riservato ai fioristi e realizzato in collaborazione con Federfiori. Alla mattina le squadre addeberanno alcuni angoli pittoreschi di Intra, mentre dalle ore 14.30 a Villa Giulia realizzeranno composizioni in contenitore e bouquet da sposa. Una giuria selezionerà le opere. Il pubblico potrà assistere ai lavori. Info: Federfiori di Novara - Tel. 0321 403360.

In concomitanza con la Mostra della Camelia si terranno i tradizionali appuntamenti:

- **"Camelie in collezione"**: visite guidate a magnifiche collezioni di camelie di Verbania e dintorni: Giardino Botanico Isola Madre (1/4, ore 14.20. Battello e ingresso a pagamento); Villa Taranto - Verbania Pallanza (2/4, ore 10); Villa Anelli - Oggebbio

Gonte (3/4, ore 10.30, 14.30; 4/4, ore 10.30, 14.30); Villa Rusconi Clerici - Verbania Pallanza (3/4 ore 14; 4/4 ore 9,45); Villa San Remigio - Verbania Pallanza (3/4 ore 14.30, 15.30; 4/4 ore 10.30, 14.30, 15.30); Villa Scagliola - Verbania Pallanza (3/4 ore 15.30; 4/4 ore 11.15). Le visite, della durata di un'ora e mezza, saranno gratuite e con prenotazione obbligatoria.

- **"Aziende Aperte"**: visite guidate gratuite ad aziende floricole.

Per informazioni sulla Mostra della Camelia e iniziative collaterali:
www.camelieinmostra.it

**Comune di Verbania
Ufficio Turismo**

Tel. 0323/503249

Ufficio Stampa:

LoStudio Tel. Fax 0323 835063

Al via la strada dei fiori

Prenderà avvio in primavera "La Strada dei Fiori", progetto di marketing territoriale nato con l'obiettivo di promuovere l'immagine della sponda piemontese del Lago Maggiore e dei territori limitrofi (Laghi d'Orta e Mergozzo, Val d'Ossola), quale destinazione di grande interesse botanico dove da oltre duecento anni si acclimatano e coltivano piante di qualità.

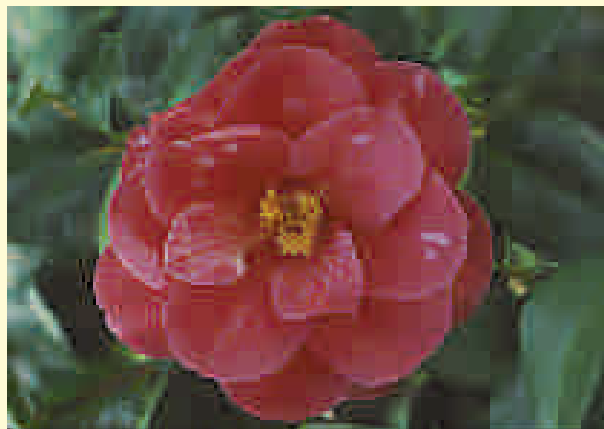
Con un intenso lavoro d'équipe tra operatori turistici e floricoltori è stata tracciata una "mappa botanica" del territorio che ha portato all'identificazione di quattro itinerari: la via delle camelie (Verbania - Ghiffa - Oggebbio - Cannero Riviera - Cannobio), la via delle azalee (Verbania - Mergozzo - Stresa - Nebbiuno - Orta San Giulio - Stresa), la via dei rododendri (Verbania - Baveno - Stresa - Arona), la via dei parchi montani (Parco Nazionale Val Grande - Parco Naturale Alpe Veglia e Alpe Devero - Oasi Faunistica di Macugnaga)

I percorsi ruotano intorno alle più antiche e rare varietà di "fiori tipici del Lago Maggiore" (marchio di origine e qualità che definisce la produzione locale di camelie, azalee e rododendri) e alle particolarità botaniche disseminate nei giardini storici, parchi naturali, vivai e punti vendita di piante.

I visitatori potranno richiedere gli opuscoli informativi - redatti in italiano, inglese, tedesco e francese - agli uffici turistici del territorio.

Un viaggio alla scoperta delle straordinarie fioriture di camelie, azalee e rododendri del Lago Maggiore. L'iniziativa, promossa dal Distretto Turistico dei Laghi, consentirà di percorrere in pulman, e in compagnia di una guida specializzata, alcuni tratti della via delle camelie, delle azalee e dei rododendri.

Per informazioni e prenotazioni:
Distretto Turistico dei Laghi di Stresa
Tel. 0323 30416
www.lastradadeifiori.it





I consumi delle famiglie

della Città di Verbania

a cura di Mara Scaletti

Nel 2003 la famiglia di Verbania ha speso in media mensilmente 2.295,03 Euro, dato che si traduce in una variazione percentuale negativa, in termini nominali, di 12,3 punti.

Le famiglie hanno fortemente ridimensionato le spese meno necessarie, rinnovando con più parsimonia il guardaroba e tagliando le spese per tempo libero e divertimenti: dunque decisioni di acquisto più ponderate e quantità di merce acquistata in calo.

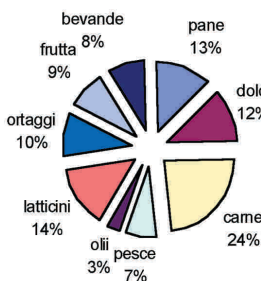
I consumatori, che hanno percepito sostenuti aumenti dei prezzi, hanno quasi subito gli incrementi delle spese dovute, operando invece riduzioni sulle spese più facilmente comprimibili.

Moderazione e parsimonia nelle spese non sono però tali perché si possa parlare di una propensione anti-consumistica delle famiglie.

La famiglia di Verbania ha speso in media ogni mese 356,61 Euro in generi alimentari e bevande; il dato si traduce in una variazione negativa percentuale pari al 12,6% rispetto alla media calcolata nel 2002.

Tali consumi rappresentano quasi il 15,5% della spesa totale, mantenendo pressoché la stessa incidenza rispetto alle scorse annualità, e si tratta di un peso ancora lontano da quello che gli acquisti di generi alimentari hanno assunto presso le famiglie italiane del 2002 (il 19,4%), secondo la rilevazione condotta dall'Istat.

Consumi alimentari città di Verbania



La ripartizione della spesa totale media per tipologia di categoria merceologica evi-

denza che la quota più consistente dei costi per consumi alimentari è assorbita dalle voci "carni e salumi", 22,8%, seguita dagli acquisti di latticini e uova, 14,3%; il paniere delle famiglie di Verbania è ricco anche di pane e pasta, 13%, seguiti dai dolci, 11,9%, legumi e ortaggi, 10,2%, percentuali minori si registrano per bevande, frutta, pesce e oli e grassi.

Per quasi tutte le tipologie di prodotto i livelli dei consumi sono prossimi a quelli rilevati nel 2002; emerge tuttavia una diminuzione considerevole della spesa media destinata alle bevande, 30,22 Euro contro 46,97 Euro del 2002, - 36%, e a pane e pasta, da 66,38 euro dello scorso anno a 46,44, - 30%; in aumento i consumi di dolci +20% e oli e grassi, +32%.

Un'ulteriore analisi da compiersi riguarda i consumi per fascia d'età (maggiore o minore a 65 anni), valutati prendendo in considerazione la persona del capofamiglia.

Nei nuclei degli ultra 65enni domina e si conferma la moderazione: spendono in media 267,24 Euro mensili, contro i 389,88 Euro delle persone più giovani, e appaiono più attenti a una dieta ricca di ortaggi, cui destinano rispettivamente 43,32 Euro, a fronte di un importo di 33,64 Euro per le altre famiglie.

Il divario esiste invece in modo più accentuato per i consumi di latticini e uova (24,84 delle famiglie di ultra 65enni contro i 60,68 Euro delle famiglie più giovani), pane e cereali (rispettivamente 31,52 e 52,60 Euro), e di carni e salumi (73,92 e 83,84 Euro); questi ultimi prodotti sono tuttavia più presenti in termini percentuali nella spesa delle famiglie più anziane.

È in diminuzione l'importo medio di spesa per consumi alimentari e di bevande fuori casa, calcolato per le famiglie piemontesi in 52,21 Euro mensili, rispetto ai 99 euro del-

lo scorso anno, -47%.

Le differenti variabili, legate alle condizioni socio-economiche della persona di riferimento, differenziano ulteriormente il ricorso ai consumi alimentari al di fuori delle mura domestiche a cominciare dal fattore età, considerato, ad esempio, che le famiglie più anziane, con capofamiglia ultra 65enne, spendono meno della metà (22,47 Euro) degli importi sostenuti dai nuclei più giovani (63,02 Euro).

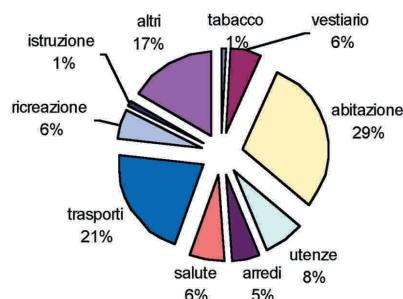
I lavoratori spendono in media 68,91 Euro e i non occupati appena 21,19 Euro, mentre, tra questi ultimi, si riduce ulteriormente la cifra riferita ai pensionati (18,92 Euro).

Tra le varie posizioni professionali le differenze sono ancora più marcate: sensibilmente superiori alla media risultano le consumazioni di liberi professionisti e imprenditori (156,47 Euro); simili tra di loro invece i comportamenti di lavoratori in proprio e impiegati e operai (rispettivamente 40,25, 42,81, e 46,50 Euro).

Il quadro dei consumi non alimentari delle famiglie di Verbania è variegato, ma con una nota caratterizzante che sembra emergere all'unisono: moderazione e cautela negli acquisti.

Nel 2003 la famiglia di Verbania ha speso in media ogni

Consumi non alimentari città di Verbania



mezzo 1938,42 Euro in generi non alimentari; il dato si traduce in una variazione negativa percentuale pari al 12,2% rispetto alla media calcolata nel 2002

Dai dati raccolti si delinea infatti un consumatore sempre più razionale, prudente nelle scelte e che riduce in maniera sensibile le spese di merci meno urgenti e necessarie.

L'incertezza per il futuro sembra spingere e il consumatore a puntare sul bene casa, considerato un rifugio sicuro, e che assorbe una quota progressivamente più rilevante del bilancio domestico; in concomitanza, le famiglie si trovano anche a subire gli aumenti dei costi legati all'abitazione e la crescita costante dei prezzi di tutti i beni di consumo, con una percezione del tasso di inflazione ben superiore a quello rilevato ufficialmente.

Tutti questi aspetti non possono non avere ripercussioni sull'atteggiamento dei consumatori, portandoli inevitabilmente a ridurre la loro capacità di spesa e a smorzare la propensione al consumo.

riferimenti

Roberta Costi
Tel. 0323.912.839
E-mail:
statistica@vb.camcom.it

riferimenti
Fondato nel 1998

Direttore responsabile
Maurizio Colombo

Comitato di redazione:
Rachele Bianchi, Roberta Costi, Manuela Facciola, Barbara Pellini, Giuseppina Francioli, Laura Luisi, Marcello Neri, Giuliana Piandoro

Segreteria di redazione: Laura Luisi e Carmen Pappadà

Editore:
Camera di Commercio I.A.A. del Verbano Cusio Ossola
Presidente: Giuseppe Moroni

Direzione, redazione e amministrazione:
Baveno (VB) - Villa Fedora - S.S. Sempione, 4 - Tel. 0323.912.811 Fax 0323.922.054 web site: www.vb.camcom.it

Progetto grafico, impaginazione e stampa:
Tipografia Bolongaro s.n.c. - Baveno Tel. 0323.924.543 - Fax 0323.924.059 www.bolongaro.it - e-mail: info@bolongaro.it

Pubblicità inferiore al 45%

La riproduzione totale o parziale dei testi è consentita esclusivamente previa citazione della fonte.

Registrazione del Tribunale di Verbania n. 293 del 18-09-1998