



Luci sull'export, attendendo la ripresa

Il quadro congiunturale bolognese nel 3° trimestre del 2003 mostra un sostanziale allineamento con gli andamenti economici internazionali

P. 4 e 5

Un supporto alla competizione che stimola

È di oltre 10 milioni di euro la cifra che il bilancio preventivo 2003 della Cciaa di Bologna mette a disposizione del sistema produttivo locale

P. 7

Tempi di lavoro e di vita, esigenze da bilanciare

La Camera di commercio di Bologna è molto attiva nel promuovere la conoscenza della legge n. 53 del 2000, soprattutto a beneficio delle donne

P. 12

Marocco e Tunisia, non solo vacanze

La Cciaa di Bologna e l'Ice hanno avviato un progetto per la cooperazione delle imprese italiane del packaging con quella dei due Paesi del Nord Africa

P. 16

Energia, quando risparmiare è possibile

L'evoluzione delle direttive europee tese a sensibilizzare gli utenti del Vecchio Continente circa un corretto e razionale utilizzo delle risorse a disposizione

P. 19

EDITORIALE

Idee e passioni per un futuro migliore

di Gian Carlo Sangalli

Proviamo a guardare avanti. Proviamo per un attimo a gettare lo sguardo oltre questa situazione economica "congiunturale". Lo stesso concetto di situazione economica congiunturale rimanda ad un ciclo che evolve, in alto in basso, per cicli più o meno ampi e decrescenti. Proviamo a non piegarci sui fiacchi dati economici e sforziamoci di immaginare cosa ci può aspettare, e cosa possiamo concretamente fare. Innanzitutto dietro i cicli economici ci sono gli uomini, le loro idee, le loro passioni.

Quindi primo punto al quale è legato il nostro futuro è quello delle idee, della conoscenza, della pas-

Più efficienza ed efficacia a vantaggio degli utenti

I servizi erogati dalla Camera di commercio di Bologna, molti dei quali già certificati secondo le norme ISO 9001, sono sempre più all'insegna della qualità, dell'innovazione tecnologica e dell'abbattimento dei tempi amministrativi



Bolognaeconomica

PERIODICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA

Direttore editoriale:
GIAN CARLO SANGALLI

Direttore responsabile:
CLAUDIO MORI

Caporedattore:
FRANCESCO BACCILIERI

Direzione, redazione, amministrazione e pubblicità:
Piazza della Costituzione, 8 - Bologna
Tel. 051 6093288 - Fax 051 6331294

Indirizzo Internet:
<http://www.bo.camcom.it>

E-mail:
boec@bo.nettuno.it
ctc@bo.nettuno.it
ufficiostampa@bo.camcom.it

Hanno collaborato a questo numero:
Marina Amaduzzi; Matteo Angelini;
Mario Gallotta; Luigi Litardi;
Angela Mazzotti; Luca Mossini

Progetto grafico:
Struchel Communication Consulting
Via C. Battisti 10 - 40123 Bologna

Fotocomposizione e stampa:
Galeati Industrie Grafiche srl
Via Selice n. 187/189 - Imola (BO)

Fotografie:
New Photo



Associato all'Uspi
Unione Stampa
Periodica Italiana

Registrazione del Tribunale
di Bologna n. 2820 del 23-12-1958
Pubblicità inferiore al 45%
Spedizione in abbonamento postale
Art. 2, comma 20/b, Legge 662/96

Bologna Economica viene inviata in omaggio
a tutte le imprese iscritte al Registro Imprese,
organizzazioni di categoria, banche, autorità cittadine,
amministrazioni locali, Camere di Commercio, Ambasciate.

Tiratura 87.000 copie

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

EDITORIALE

sione con cui ognuno di noi si spende come persona nel lavoro, in famiglia, con gli amici, con le diverse comunità con cui entra in contatto. Solo mettendo al centro le idee e le passioni delle persone possiamo immaginare il nostro futuro fra qualche anno. Ci può essere un futuro positivo solo creando un tessuto sociale e culturale che permetta il fiorire ed il confronto di idee nuove ed un ampio dibattito. Questa è a mio avviso, la premessa fondamentale. Se non costruiamo questa premessa nessuna teoria economica potrà mai spiegare realmente cosa ci attende nel prossimo futuro. Mettere al centro le persone non deve però essere un facile slogan. Per non correre questo rischio è fondamentale consentire libertà di accesso alle informazioni, ed il parallelo sviluppo di un concetto etico di comunicazione. Sul fronte della libertà di accesso alle informazioni è bene ricordare due grandi salti in avanti di questi ultimi anni, anche se si pongono su piani completamente diversi: da un lato la rivoluzione internet e dall'altro lo sviluppo del diritto di accesso alle informazioni della pubblica amministrazione. Sul fronte dell'efficienza e della trasparenza delle attività pubbliche tanto è ancora da fare, soprattutto con riguardo al mondo delle imprese, ma tanto è stato fatto ed in questo tanto consentitemi di ricordare che l'aver dotato di smart card tutte le imprese italiane è un salto non piccolo compiuto dal mondo delle Camere di commercio, così come non è stato piccolo il passo che ha portato al decentramento del Registro delle Imprese che a Bologna ha ora più 1082 punti di accesso su tutto il territorio. L'altra grande rivoluzione che ci ha toccato in questi anni è quella della rete. Internet ci ha dato per qualche tempo una grande euforia ed una grande fiducia nel futuro. Ci ha concesso, almeno per un qualche tempo, di immaginare la possibilità di un modo senza confini in cui avere accesso in tempo reale e gratuitamente alle informazioni. Attualmente la rivoluzione delle telecomunicazioni ci consente di organizzare la nostra vita e i rapporti di lavoro secondo canoni completamente differenti rispetto ad una decina di anni fa. In questi mesi di congiuntura difficile in tanti settori l'esigenza di comunicare con sempre nuove tecnologie pare essere stata fra le poche a non subire flessioni. Innovare per creare nuove soluzioni ai bisogni dunque consente sia slancio economico che nuove libertà personali. E l'esempio del wilde world web è emblematico da questo punto di vista: nasce da un'idea che sembrava impossibile da realizzare, nasce all'interno del mondo universitario, è emigrata nella vita quotidiana di milioni di persone. Vorrei dunque sottolineare questo: uscire dalla risacca è possibile. Innanzitutto è bene ricordare che è una risacca nella quale il nostro contesto economico ha tenuto, ed ha tenuto soprattutto nei settori cosiddetti di punta quale quello della meccanica. Se per uscire è necessario puntare sulle idee innovative, queste a Bologna non mancano, né nelle imprese né nella vivacità del mondo universitario. L'importante è mettere in rete fra di loro queste idee per farle emergere e per farle convergere verso le caratteristiche del mondo imprenditoriale bolognese. Questo è l'obiettivo. Questo obiettivo si raggiunge ponendosi orizzonti di investimento di medio lungo periodo, lavorando in rete fra istituzioni, ed alleandosi in questo sforzo con le altre realtà europee che hanno analoghi percorsi di crescita. Non più solo Bologna, ma Bologna che si spende e si apre assieme alle regioni tedesche, olandesi, inglesi, francesi e così via. Creando così un sistema competitivo europeo in cui Bologna, con il suo sistema di piccole e medie imprese, la sua esperienza di solidarietà sociale ed economica, la sua università, la sua fiera, il suo aeroporto, rappresenti uno dei nodi di riferimento. Evolvere il nostro sistema di piccole e medie imprese è possibile. Le strade che come Camera di commercio intendiamo percorrere nel 2004 per farlo sono molteplici. Inserire un ricercatore universitario in ogni piccola impresa è impossibile in tempi brevi, ma abbiamo iniziato un progetto con l'Università in questa direzione. Alle piccole e medie imprese di oggi viene contestato di non riuscire a fare sufficiente massa critica per realizzare investimenti e innovazioni significative. Per risolvere questo problema tutti gli obiettivi del nostro bilancio per il 2004 sono finalizzati a porre le imprese in rete fra loro. Fare parte di una rete significa avere la possibilità di confrontarsi, concentrarsi solo sul cuore della propria attività affidando ad altri tutto ciò che ne è esterno, avere un maggiore potere contrattuale con i fornitori, internazionalizzare i propri contatti ..., in poche parole competere nell'ambito di un sistema e non da soli. Pensiamo che così sia possibile vincere la paura e tradurre pragmaticamente ogni giorno gli inviti alla fiducia e all'ottimismo.

Gian Carlo Sangalli
PRESIDENTE DELLA C.C.I.A.A. DI BOLOGNA

SOMMARIO

MERCATO LOCALE

Luci sull'export, attendendo la ripresa PP. 4-5

SERVIZI CAMERALI

Le esigenze del cliente al centro dell'attenzione.....P. 6

INVESTIMENTI

Un supporto alla competizione che stimola.....P. 7

FORMAZIONE E QUALITÀ

L'attività corsuale del CteP. 9

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Pmi, come portarle all'estero con successo PP. 10-11

IMPRENDITORIA IN ROSA

Tempi di lavoro e di vita, esigenze da bilanciare P. 12
Una passione che è diventata un lavoroP. 13

INDICI

Il calcolo del valore della lira, dicembre 2003P. 14

MERCATI ESTERI

Marocco e Tunisia, non solo vacanzeP. 16

LAVORO

L'associazione in partecipazione nel mirino.....P. 17

TUTELA MERCATO E CONSUMATORI

Energia, risparmiare è possibileP. 19

COMMERCIO ESTERO

Opportunità commerciali PP. 20-22



Luci sull'export, attendendo la ripresa

Il quadro congiunturale bolognese nel 3° trimestre del 2003 mostra un sostanziale allineamento con gli andamenti economici internazionali

Prima di analizzare nel concreto i dati su Bologna è necessario allargare brevemente il punto dell'analisi partendo da quelli che sono i contorni del quadro macroeconomico a livello internazionale.

Un aspetto che attualmente caratterizza in modo importante lo scenario macroeconomico internazionale è la crescita di ben sette punti percentuali fatta registrare dal Pil americano nel terzo trimestre di quest'anno. Questa crescita del 7% del Pil è il miglior risultato dell'economia americana dal 1984.

L'economia europea presenta un divario di crescita consistente con gli Stati Uniti. Il Pil dei paesi dell'area euro, infatti, è rimasto praticamente fermo nel corso del primo trimestre ed è diminuito nel secondo. Tra le diverse componenti della domanda solo i consumi pubblici hanno registrato un certo incremento (+0,7%), i consumi privati sono risultati quasi immobili (0,1%) e gli investimenti sono diminuiti (-0,4%). Negativo è anche il saldo commerciale con le esportazioni diminuite dello 0,5% a fronte di un livello di importazioni rimasto invariato.

Per quanto riguarda la situazione italiana i principali indicatori macroeconomici non segnalano progressi di rilievo nel quadro economico italiano in chiusura del 2003. Sull'onda della sensibile frenata internazionale per l'Italia si delinea, dunque, un profilo congiunturale ancora sostanzialmente stagnante.

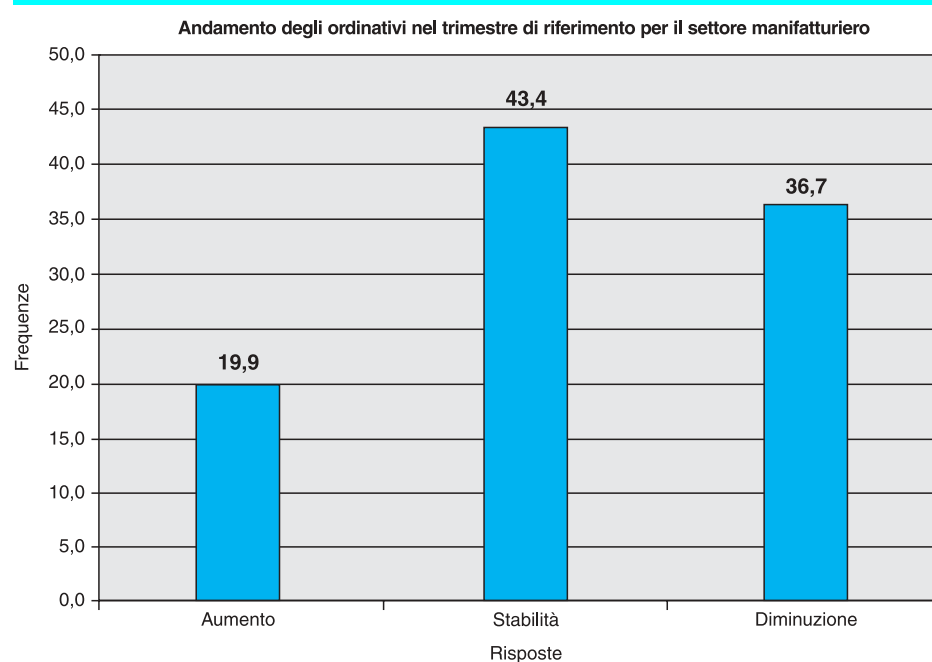
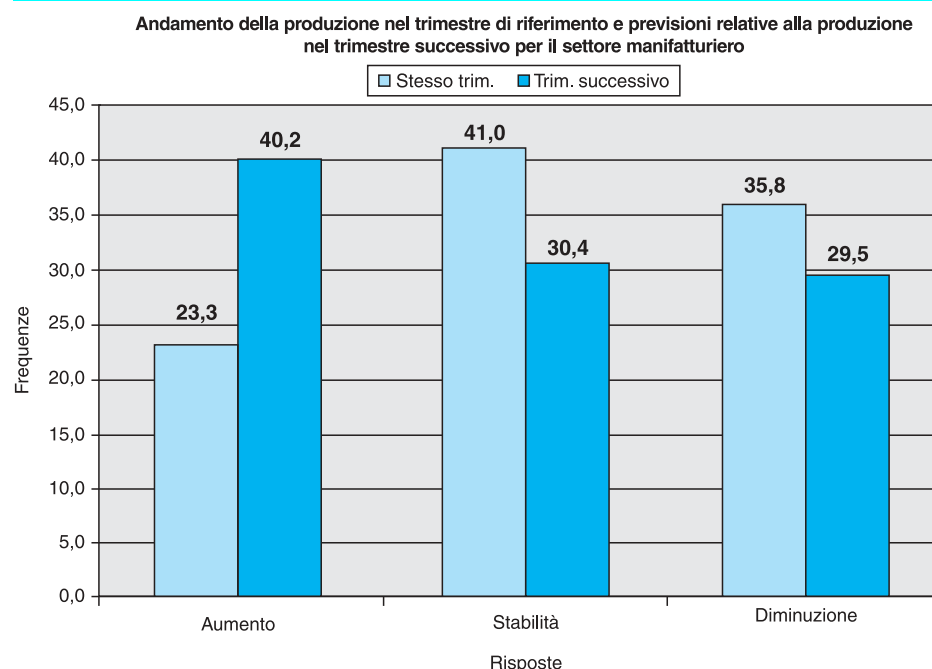
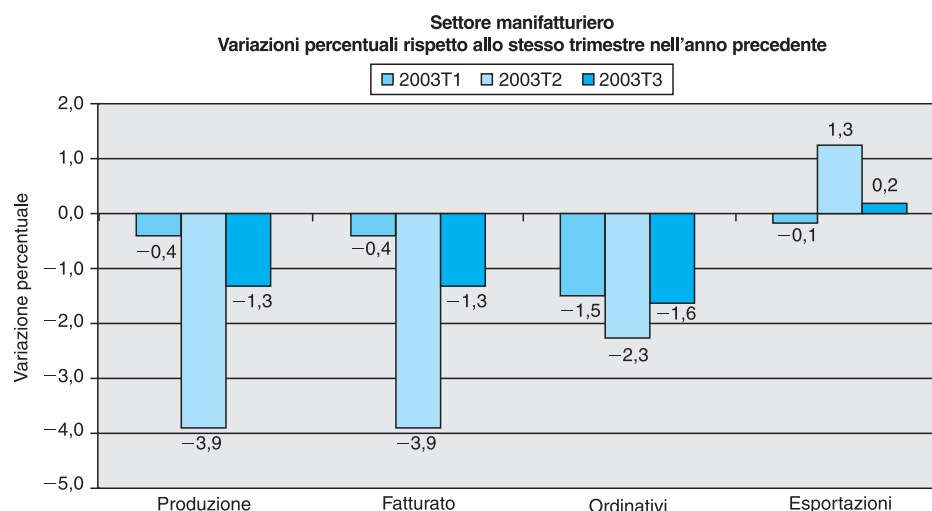
Nel complesso l'incremento medio annuo del Pil italiano per il 2003 dovrebbe quindi attestarsi su un valore compreso fra il +0,3% ed il +0,4%, incremento del tutto simile a quello registrato nel 2002, leggermente inferiore alla stima per l'intera area euro (+0,5%).

In questo panorama variegato della situazione italiana la provincia di Bologna presenta alcune caratteristiche di peculiarità soprattutto in alcuni settori produttivi, come quello meccanico, per il quale la posizione competitiva sul mercato internazionale è senz'altro migliore di quella media italiana.

Il complesso delle imprese del settore manifatturiero fra luglio e settembre 2003 ha fatto registrare, rispetto allo stesso periodo del 2002, una flessione dell'1,3% nei livelli di produzione e di fatturato. Gli ordini sono diminuiti dell'1,6%, le esportazioni hanno sostanzialmente tenuto e si sono attestate allo 0,2%.

Questi dati sono il risultato di andamenti settoriali abbastanza diversificati, caratterizzati tutti da una sostanziale tenuta delle esportazioni.

Calzature, abbigliamento, tessile e moda hanno accusato la flessione più



di altri settori manifatturieri, come quello dei beni alimentari e della chimica, gomma e materie plastiche.

Tiene la meccanica di precisione con produzione +0,2%, fatturato +0,4%, or-

dini interni -0,3%. Le esportazioni qui si sono attestate fra luglio e settembre ad +0,9%, confermando quindi la competitività tecnologica del settore.

È stato sostanzialmente positivo

anche il settore "elettricità ed elettronica" dove il risultato più incoraggiante è ancora quello delle esportazioni con +0,5%.

Dell'andamento negativo di alcuni settori si risentono conseguenze particolarmente gravose sulle piccole imprese ed in particolare sull'artigianato, che conferma il trend affannoso delle rilevazioni precedenti.

Nel complesso del settore manifatturiero il grado di utilizzo degli impianti si è attestato fra luglio e settembre 2003 al 73,4%, percentuale che è superiore di un punto percentuale a quella regionale.

Il rallentamento maggiore per quanto riguarda il grado di utilizzo degli impianti si è riscontrato nel settore tessile dove si è abbassato a circa il 67%. Per le imprese artigiane del settore manifatturiero tale percentuale è del 70% superiore di circa 3 punti percentuali a quella regionale.

Il periodo di produzione assicurato dal portafoglio ordini dell'industria bolognese è di due mesi, arco temporale leggermente inferiore a quello medio regionale che si attesta sui tre mesi.

Per quanto riguarda le previsioni di fine d'anno solo il 12% delle imprese manifatturiere prevede una diminuzione del fatturato (il 47% prevede stabilità, il 40% un aumento).

Il 41% delle imprese del campione prevede una crescita nel livello della produzione (il 44% prevede stabilità, il 15% diminuzione). Quarantasette imprese su 100 prevedono stabilità negli ordini interni, il 36% un aumento, il 16% è invece pessimista.

Sul fronte dell'export a fronte di circa un quarto di imprese che prevedono una diminuzione negli ordinativi esteri, circa la metà si aspetta una sostanziale stabilità, mentre gli ottimisti sono il 38%.

Abbandoniamo ora il manifatturiero per analizzare commercio, servizi e artigianato.

Le vendite nel commercio al dettaglio hanno registrato un leggero incremento (+0,4%) dopo un periodo di stallo. È di rilievo il dato relativo alle previsioni per la fine dell'anno, mesi particolarmente significativi in questo settore: solo il 6% dei commercianti al dettaglio intervistati vede nero per le vendite natalizie.

Sul fronte dei servizi le previsioni per il quarto trimestre sembrano sostanzialmente stabili: a fronte di una leggera diminuzione nel volume di affari nel periodo estivo, il 50% degli operatori del terziario prevede per la fine dell'anno stabilità, il 34% un aumento, 11 imprenditori su 100 vedono invece una diminuzione.

La crescita delle pmi deve passare attraverso la creazione di grandi reti di collegamento

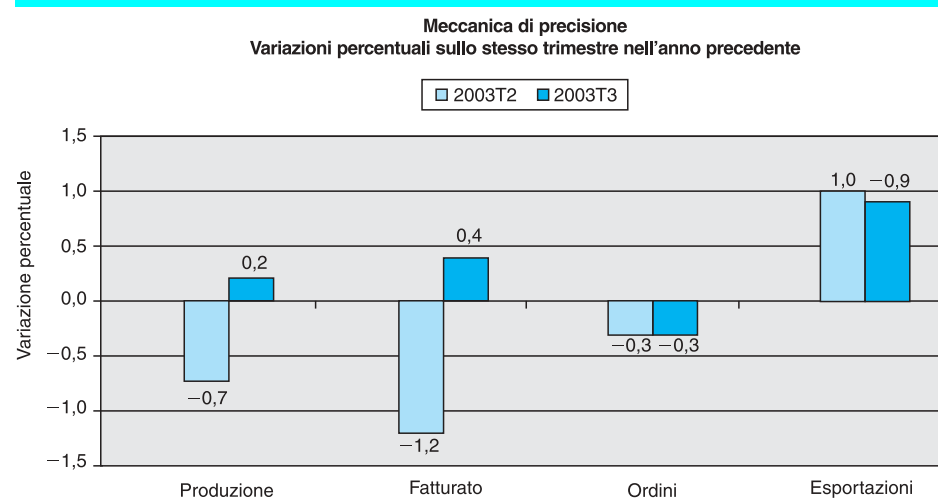
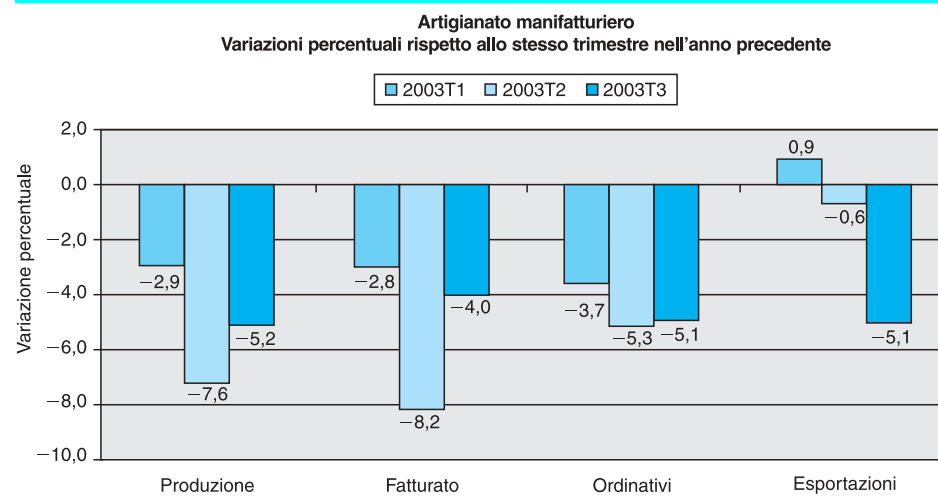
Lo scenario mostra tinte diverse sul fronte dell'artigianato. Il settore nel III trimestre ha accusato una decelerazione del -6,5% rispetto allo stesso trimestre del 2002. Le previsioni per la fine dell'anno non tendono a modificare questo quadro generale, dato il perdurare di una stagnante domanda interna unitamente alle difficoltà che permangono qui sul fronte delle esportazioni. Per questa fine d'anno 63 artigiani su 100 fra quelli intervistati non vedono novità di rilievo, anche se per un artigiano che vede una ulteriore diminuzione per il IV trimestre, 5 sono invece ottimisti e sono propensi ad attendersi un aumento del fatturato.

Questi dati si inseriscono in un clima complessivo di fiducia che nel mese di novembre è in leggero rallentamento per le famiglie, è in leggero recupero per le imprese manifatturiere, mentre invece è in netto miglioramento fra gli operatori del commercio e del terziario.

Sul fronte dell'occupazione nel terzo trimestre il settore manifatturiero ha continuato a perdere occupazione dipendente (-1,9%) a vantaggio dei servizi e del commercio al dettaglio (+6%). Va anche segnalato, tuttavia, che nel settore manifatturiero vi è un numero considerevole di posti vacanti (stimati in 2.604) e di selezioni avviate per assunzioni immediate. Questa tipologia di assunzioni è elevata anche nel settore dei servizi (2.976). Le previsioni sono di una ulteriore espansione dell'occupazione che interessa soprattutto i servizi con una variazione percentuale prevista del +5,3%.

L'analisi congiunturale ha approfondito anche i movimenti turistici nella provincia di Bologna.

L'analisi congiunturale ha approfondito anche i movimenti turistici nella provincia di Bologna.



I mesi estivi hanno visto un lieve calo nel numero degli arrivi dei turisti, sia italiani che stranieri, ed un lieve aumento nella durata media del soggiorno negli alberghi in provincia. Nel suo complesso l'offerta turistica si sta riquilificando, e nel corso del 2003 si sta assistendo ad una diminuzione dei posti letto in esercizi a 2 o 3 stelle ed un parallelo incremento per gli esercizi a 4 stelle. Quelli illustrati sono dati di andamento congiunturale. Riflettono l'andamento economico della provincia

nel periodo luglio-settembre 2003 e sono in relazione allo stesso trimestre del 2002. Non sono dati brillanti e ancora una volta le luci migliori sono quelle relative alle esportazioni e soprattutto in alcuni settori come quello della meccanica di precisione.

Si evidenzia quindi ancora una volta una verità quasi lapalissiana: puntare sull'innovazione e sulla internazionalizzazione premia. Per affrontare questo tipo di scenario competitivo è necessario innanzitutto

abbandonare un dibattito basato sulla lettura dei fenomeni in una logica di breve periodo.

Questa logica rischia di far prevalere l'ottica dell'emergenza a quella dell'analisi dei fenomeni di lungo periodo, impedendo così di ricercare e capire i temi forti che stanno alla base dei nodi dello sviluppo.

I nodi sono quelli della qualità delle innovazioni tecnologiche, della qualità delle risorse umane, della efficienza delle infrastrutture, e della crescita del sistema imprenditoriale in termini strategici, e non meramente dimensionali.

La crescita delle pmi passa con sempre maggiore frequenza su nuovi modelli organizzativi, che vanno da forme flessibili di cooperazione fra imprese, fino alla costituzione di legami forti come l'appartenenza ad un gruppo. Senza questo le imprese piccole e medie non possono che arrancare, non possono da sole trovare le risorse necessarie per competere.

La crescita e la competitività di Bologna sta passando già oggi attraverso lo sviluppo del modello delle piccole imprese nelle grandi reti, nelle quali sono comprese le diverse funzioni e dimensioni aziendali secondo una logica di filiera.

L'obiettivo strategico di fondo per il quale sta lavorando la Camera di commercio è lo sviluppo di questi network e l'offerta alle imprese di sistemi infrastrutturali adeguati nell'ambito di una visione di lungo periodo.

In quadro di risorse finanziarie e umane limitato, si tratta, per la Camera di commercio così come per le imprese, di concentrare gli sforzi sulle effettive priorità di innovazione, coordinando i programmi e aggregando le iniziative valide sui progetti più efficaci per il loro impatto sulle imprese, sull'economia, sulla città.



Le esigenze del cliente al centro dell'attenzione

L'attività della Cciaa di Bologna sempre più improntata a criteri di qualità, efficienza ed efficacia a vantaggio degli utenti

di Luigi Litardi*

Il processo di miglioramento del rapporto tra la Pubblica Amministrazione ed i cittadini, che ha caratterizzato questi ultimi anni, non ha colto di sorpresa le Camere di commercio che, in relazione al mondo verso il quale si rivolgono, costituito dalle espressioni economiche del territorio, hanno nel proprio DNA la cultura della gestione orientata all'efficienza e all'efficacia.

Questo contesto ha visto la Camera di commercio di Bologna impegnata in un percorso che è partito dall'individuazione di obiettivi, di programmi che hanno trovato poi nella gestione operativa la loro concreta realizzazione.

Il cliente, infatti, è stato posto al centro dell'attenzione dell'attività camerale, ritenendo che la soddisfazione delle sue esigenze, nell'ambito ovviamente della tutela dell'interesse generale, debba costituire l'obiettivo principale per consentire di restituire alle imprese in termini di servizi e di promozione economica quote più elevate delle risorse acquisite dal sistema economico locale.

È stato dato, così, ampio risalto alla razionalizzazione degli spazi dedicati al pubblico con la realizzazione del primo lotto di lavori al Palazzo Affari che ha visto ricollocati gli Uffici del Registro delle imprese e completamente ristrutturata la sala convegni "Topazio" con soluzioni tecnologiche d'avanguardia che la rendono unica nel suo genere nella città; a questi primi interventi si è affiancata la completa ristrutturazione della sede di Imola, in via di ultimazione, che doterà quel territorio di nuovi uffici camerali e di sale polivalenti con l'obiettivo di creare un vero e proprio punto di riferimento per la collettività economica imolese.

La struttura organizzativa camerale è stata completamente ridisegnata per consentire di distribuire le competenze secondo le logiche scaturite sia dalla legge di riforma, che dal processo di decentramento attuato dai "decreti Bassanini", prevedendo un nuovo Dipartimento che riunisce sotto la sua competenza tutte quelle funzioni che fanno della Camera di commercio l'istituzione che si pone quale garante dei soggetti che operano nel mercato.

Contemporaneamente si è intrapreso un percorso di certificazione della qualità dei servizi che ha visto preliminarmente interessati il Registro delle imprese, seguito dagli Albi e



Ruoli, a cui si sono aggiunti recentemente i servizi interni della Ragioneria e del Provveditorato; per proseguire su questa strada è già programmata l'estensione della qualità anche alla promozione economica ed ai servizi generali.

La certificazione di qualità secondo le norme ISO 9001 è stata una grande opportunità, che, al di là del riconoscimento formale, ha consentito la revisione delle procedure interne per renderle maggiormente rispondenti a criteri organizzativi efficienti ed in grado di rispondere alle aspettative dei clienti; in questa logica è stato introdotto un sistema di monitoraggio del livello di soddisfazione degli utenti, che, nel corso del 2003, ha interessato

tutti gli uffici aperti al pubblico ed il servizio promozione, con il duplice scopo di evidenziare le eventuali criticità per dare soluzioni adeguate alle stesse e di rilevare il grado di efficacia degli interventi a sostegno dell'economia in modo tale da verificare il raggiungimento degli obiettivi programmatici stabiliti dagli organi di governo.

Le rinnovate procedure hanno consentito di abbattere i tempi amministrativi del 20% per quanto attiene all'iscrizione negli albi e ruoli e fino al 40% per quanto riguarda le liquidazioni dei contributi finalizzati al sostegno dell'economia locale.

In questo impegnativo percorso la Camera di commercio ha dato ampio

spazio all'innovazione tecnologica, potenziando la rete informatica e facilitando il rapporto telematico con il contesto esterno; a questo riguardo, negli ultimi due anni sono stati creati ben 1132 punti presso professionisti, associazioni di categoria ed imprese dai quali accedere alle banche dati camerali più significative (Registro delle imprese, protesti cambiari, ecc.), dando vita, quindi, ad una Camera di commercio veramente permeata nel tessuto economico provinciale e facilmente raggiungibile anche senza spostamenti fisici.

In questo contesto è stato realizzato il primo vero e proprio sistema di e-government che ha reso possibile il colloquio diretto per via telematica fra imprese, professionisti, associazioni di categoria e Camera di commercio di Bologna, grazie alla diffusione della firma digitale, distribuita attraverso la "smart-card" ad altre 25.000 soggetti, che oggi consente la trasmissione telematica al Registro delle Imprese di circa l'80% delle pratiche, evitando spostamenti fisici e permettendo conseguentemente per il sistema delle imprese notevoli economie, valutate a livello nazionale in oltre 250 milioni di Euro.

Non sono mancati anche interventi per agevolare i contatti dei clienti con la Camera di commercio: infatti oltre al canale informativo tradizionalmente rappresentato da "Bologna Economica" sono state realizzate iniziative multimediali attraverso il canale televisivo, radiofonico e web, quest'ultimo con il rinnovato sito internet camerale che vede oggi oltre 3.000.000 contatti mensili. Inoltre, per venire incontro alle esigenze informative afferenti al registro delle imprese e all'albo delle Imprese Artigiane, è stato strutturato un call-center in grado di assistere i 140-160 utenti che mediamente ogni giorno si rivolgono alla Camera di commercio per avere informazioni specifiche per questi Uffici.

Abbiamo lavorato molto per cercare di migliorare i nostri standard qualitativi, ma tutto ciò che abbiamo fatto non deve essere considerato un traguardo, bensì una tappa nel lungo percorso del miglioramento qualitativo del rapporto con il proprio contesto di riferimento, presupposto fondamentale per dare risposte concrete alle imprese in una competizione sempre più difficile e legata all'efficienza dei sistemi locali.

* Segretario generale della Camera di commercio di Bologna

Un supporto alla competizione che stimola

È di oltre 10 milioni di euro la cifra che il bilancio preventivo 2003 della Cciaa di Bologna mette a disposizione del sistema produttivo locale

di Matteo Angelini

Una Camera di commercio sempre più al servizio delle imprese. Che restituisce al sistema produttivo sotto forma di servizi e progetti il 63% di quel che incassa come quote e che metterà in campo, per il 2004, oltre 10 milioni di euro per la promozione economica complessivamente intesa.

Il bilancio di previsione per il 2004, votato nei giorni scorsi dalla Camera di commercio di Bologna (che si avvale dell'opera di 200 dipendenti), si inserisce in un contesto economico e produttivo che, certo, risente della stagnazione nazionale ed europea, ma denota ancora una buona vivacità. "A Bologna - spiega il presidente della Cdc Gian Carlo Sangalli - un abitante su quattro, considerando la fascia di età fra 25 e i 75 anni, è un imprenditore. L'anno scorso ogni 100 neonati, nascevano a Bologna parallelamente 88 nuove imprese. Sette assunzioni su 10 previste dagli imprenditori nel 2003 erano in relazione a imprese con meno di 50 dipendenti, e il 40% delle assunzioni riguarda personale di difficile reperimento. Si tratta - prosegue Sangalli - di punti di riferimento che possono ben delineare lo scenario di imprenditorialità diffusa dell'economia bolognese nell'ambito della quale la Camera di commercio rappresenta l'autonomia funzionale e cioè l'istituzione al supporto ed allo sviluppo di un sistema economico rappresentato da oltre 150 mila imprenditori. E cioè l'istituzione di riferimento per contribuire alla competizione che stimola, alla cooperazione che rafforza, alla solidarietà che unisce".

In questo contesto si inserisce lo sforzo dell'ente camerale di sostenere lo sviluppo, in un momento in cui le prime indicazioni positive, sul fronte economico, iniziano a provenire anche dal sistema produttivo italiano. Con riferimento alle sole piccole e medie imprese del manifatturiero, il saldo fra quelle che prevedono una crescita della produzione rispetto a quelle che invece prevedono una sua diminuzione per il IV trimestre 2003 è pari a +20 punti percentuali. A Bologna lo scarto è di +26 punti percentuali.

Sempre a Bologna 40 imprese su 100 prevedono un aumento del fatturato nel 2004, e il 47% prevede invece di fatturare come nel 2003. Poco meno della metà delle imprese prevede stabilità nelle esportazioni (solo il 14% prevede una diminuzione) e negli ordinativi interni. Il nodo sul quale lavorare fortemente - proseguendo così le iniziative che la Camera di commercio di Bologna ha realizzato in questi anni,

molte delle quali assolutamente pilota a livello nazionale - è il raccordo fra il sistema della ricerca e le imprese, ossia fra il mondo che genera ed alimenta l'innovazione scientifica e tecnologica e il mondo che valorizza economicamente l'innovazione.

La crescita e la competitività di Bologna sta quindi passando già oggi attraverso lo sviluppo del modello delle piccole imprese nelle grandi reti, nelle quali sono comprese le diverse funzioni e dimensioni aziendali secondo una logica di filiera. In un quadro di risorse finanziarie e umane limitate, si tratta, per la Camera di commercio così come per le imprese, di concentrare gli sforzi sulle effettive priorità di innovazione, coordinando i programmi e aggregando le iniziative valide sui progetti più efficaci per il loro impatto sulle imprese, sull'economia, sulla città.

L'anno che si è appena concluso è stato caratterizzato da un grande impegno della Camera di commercio di Bologna su numerosi temi rientranti nella strategia delineata dal Consiglio camerale nello scorso mese di febbraio, a partire dal rafforzamento del posizionamento dell'Ente sia a livello locale che a livello di sistema camerale, passando per l'impegno sul fronte dello sviluppo delle infrastrutture, della competitività del sistema territoriale, dell'assistenza all'internazionalizzazione, della semplificazione amministrativa, della formazione, della promozione dei nuovi strumenti di giustizia alternativa, della presenza sui mezzi di comunicazione. "E uno degli indici di efficacia dell'azione camerale - spiega il segretario generale Luigi Litardi - è proprio quello della realizzazione integrale dei programmi testimoniata dal sostanziale azzeramento dei residui".

Il bilancio del 2004 destina alle iniziative per la promozione e lo sviluppo della economia 8,4 milioni suddivisi in 6 aree di intervento (a cui si aggiungono altri fondi che confluiscono in azioni concertate con altri enti sino a raggiungere i 10 milioni indicati) che coprono diversi profili della economia provinciale.

In questo contesto un ruolo primario è svolto dall'impegno sul fronte dell'internazionalizzazione (stanziamenti per 1,28 milioni). La Camera di Bologna intensificherà l'impegno sui servizi per l'internazionalizzazione delle Pmi attraverso il consolidamento di alcune strutture già esistenti e la creazione di nuove strutture per sostenere la presenza di imprese bolognesi in aree dotate di grandi potenzialità (Stati Uniti, Brasile, Cina) e per promuovere nel contempo presso gli ope-

tori di quelle aree il territorio bolognese e le sue peculiarità.

Un apporto fondamentale in tal senso è atteso anche dalla attività della Società consortile PromoBologna, che ha visto la luce all'inizio di novembre e che dovrà sviluppare, in sinergia con altri attori - istituzionali e non, del territorio - un'intensa attività di marketing territoriale rivolta anche all'internazionalizzazione delle Pmi presenti sul territorio oltre alla attrazione di investimenti per la promozione del sistema economico integrato. Sul fronte delle infrastrutture la Camera di Bologna da anni svolge un'importante funzione di promozione investendo per la creazione ed il potenziamento di infrastrutture moderne reinvestendo, ad esempio, i cospicui utili della Società di gestione dell'Aeroporto nell'infrastruttura stessa. Non mancherà il sostegno all'innovazione e alla qualificazione del sistema economico (5 milioni la spesa fissata) nonché al trasferimento tecnologico alle Pmi. In questo senso l'azione della Camera di Bologna sarà orientata a favorire la nascita e lo sviluppo di reti informatiche sia all'interno delle singole imprese che fra più imprese, anche con il coinvolgimento delle associazioni imprenditoriali, per agevolare la circolazione reciproca di conoscenze, diffondendo a livello locale le informazioni sulle tecnologie disponibili - in collaborazione con l'Università - ed intensificandone la domanda. Nell'ambito della qualificazione del sistema economico, un ruolo fondamentale deve essere ricoperto dal sostegno finanziario agli investimenti e in tale logica si pone lo stanziamento di un milione

di euro a favore dei consorzi fidi e delle cooperative artigiane di garanzia. Sul fronte della formazione permanente delle risorse umane, oltre a rafforzare la formazione imprenditoriale per abbattere la mortalità delle aziende, la Camera di Bologna punterà ai servizi di orientamento per le scelte formative dei giovani e degli adulti; al rafforzamento dell'area tecnica nel sistema scolastico ed al rafforzamento delle attività per soddisfare le domande di professionalità delle imprese. E con lo stanziamento complessivo di oltre 840mila euro vengono finanziate iniziative formative e progetti di innovazione tecnologica a favore delle imprese in collaborazione con l'Università, Alma Mater o altri soggetti. In particolare verrà attivato il Progetto "Piccole imprese e Università" il cui scopo è quello di favorire il trasferimento delle conoscenze tecnologiche tra Università e imprese per sostenerne i processi di innovazione. Inoltre, nell'ambito della regolazione del mercato proseguirà l'attività di promozione e sostegno alle procedure di giustizia alternativa, nell'ambito delle quali il 2003 è stato l'anno del cambiamento, con il decollo della funzione conciliativa. Infine, nel documento di programmazione pluriennale approvato dal Consiglio camerale all'inizio di questo anno è stata ribadita la necessità di costante miglioramento qualitativo dei servizi all'utenza anche attraverso la prosecuzione del percorso di certificazione di qualità che proseguirà anche nel 2004. Per il raggiungimento di questo obiettivo è previsto nel bilancio camerale uno stanziamento di 652.600 euro.



Pmi, come portarle all'estero con successo

Tutti i vantaggi che possono derivare alle aziende dall'accesso ai mercati internazionali. Strategico, a questo riguardo, può essere il ruolo giocato dal sistema bancario

di Angela Mazzotti*

Negli ultimi decenni il fenomeno della globalizzazione dei mercati ha investito anche la piccola e media impresa che, pur con un approccio più prudente e graduale rispetto a quello della grande impresa, si è trovata a dover valutare la possibilità di sfruttare le opportunità e affrontare i rischi connessi a un mercato potenziale molto vasto.

L'accesso ai mercati internazionali, reso più agevole da normative commerciali semplificate e da nuove tecnologie, offre sicuramente all'azienda molteplici vantaggi che a seconda del tipo di intervento, si possono identificare nella possibilità di:

- aumentare le vendite e stabilizzare la produzione, in caso di stagnazione o recessione del mercato domestico;
- raggiungere economie di scala;
- sostenere minori costi dei fattori produttivi (materie prime, energia e mano d'opera);
- sfruttare una posizione logistica più vantaggiosa;
- ottenere agevolazioni finanziarie e fiscali;
- rivolgersi a mercati in cui il tasso di soddisfazione della domanda è ancora basso e sono elevate le prospettive di aumento grazie alla recente industrializzazione e al sostenuto ritmo di incremento della popolazione. Inoltre, l'impresa "internazionalizzata" è posta costantemente di fronte alla necessità di verificare la propria capacità di affrontare una pressione competitiva più sostenuta e un confronto più allargato con concorrenti, anche stranieri, che sono in grado di avvalersi dei vantaggi della espansione del mercato e quindi di sviluppare una strategia produttiva e organizzativa orientata a un mercato globale.

Valutare le potenzialità del prodotto

Varie ricerche indicano che le aziende che normalmente operano con l'estero, per una quota significativa del fatturato, hanno una particolare propensione all'innovazione, sia tecnologica sia organizzativa, migliorando le proprie capacità di sviluppo.

In generale, pur tenendo presente che le diverse situazioni devono sempre essere valutate caso per caso, è consigliabile che una PMI affronti l'accesso di mercati esteri gradualmente, valutando le varie opzioni disponibili. Queste vanno dalla semplice esportazione indiretta, tramite intermediari (brokers, concessionari esteri, società di trading), a quella diretta (vendita al dettaglio, ad agenti o rappresen-



tanti, a distributori che non si assumono il rischio di collocamento del prodotto), alla stipula di accordi commerciali con partners strategici (franchisers, associazioni temporanee o consorzi tra imprese).

distribuzione, le prassi commerciali e i diversi sistemi di marketing, le normative in vigore. In genere è preferibile un approccio sul singolo Paese, a meno che non ve ne siano più di uno con caratteristiche molto simili che van-



Si tratta di soluzioni che richiedono investimenti contenuti e presentano una complessità di gestione e ostacoli organizzativi minori nel caso di un'eventuale uscita dal mercato. Anche queste iniziative, tuttavia, devono essere affrontate consapevolmente: a tal fine, occorre predisporre un business plan e definire una strategia aziendale che tenga conto delle risorse materiali, umane e finanziarie da mobilitare. Il primo, inevitabile passo consiste nel valutare il potenziale di esportazione del proprio prodotto attraverso una ricerca di mercato volta a conoscere il Paese (o i Paesi) che si intende affrontare, le sue caratteristiche culturali, le preferenze, le abitudini e i gusti della clientela, i canali di

taggi logistici e strutturali consigliano di prendere in considerazione cumulativamente, come potrebbe essere il caso dei Paesi della Comunità Europea, ormai punto di riferimento per ogni azienda a "vocazione" estera. Come detto, le fonti di informazione al riguardo sono molteplici e di facile accesso: ICE, Centri Estero delle Camere di commercio, Intormest possono ad esempio fornire materiale atto allo scopo.

Il sistema bancario può essere d'aiuto

Anche il sistema bancario è in grado di assistere al meglio la propria clientela in questo Settore, con informazioni puntuali e selezionate e suggerimenti - ad esempio sulle forme di

pagamento da adottare. Nell'ambito comunitario, inoltre sono disponibili sistemi elettronici di incasso, ottimali per le PMI "allo prime armi" con questi mercati, in quanto consentono una gestione semplificata degli stessi, senza la necessità di particolari interventi a livello di risorse interne che se ne occupino.

Man mano che l'azienda matura la conoscenza del mercato estero, e aumentano il numero stabile dei clienti stranieri e il volume delle vendite, essa può anche valutare se, in base alle proprie esigenze, sia conveniente effettuare un investimento duraturo, con la costituzione di una joint-venture con partner locali o addirittura di una propria sussidiaria, se la normativa locale lo prevede, ovvero con l'acquisizione di un'impresa locale.

Occorre tenere presente che l'internazionalizzazione produttiva rappresenta una delle principali forze di integrazione nell'ambito dell'economia globale. Secondo i dati dell'ultimo rapporto UNCTAD, nel mondo operano 800.000 affiliate estere e queste aziende "internazionali" generano il 2/3 dell'intero commercio mondiale. Gli investimenti italiani all'estero sono ancora inferiori alle potenzialità espresse, proprio perché, come noto, il tessuto economico del nostro Paese è prevalentemente rappresentato da PMI che sono meno presenti in questo tipo di iniziative.

D'altra parte, le PMI considerano sempre più l'internazionalizzazione produttiva una fase essenziale del proprio sviluppo, non diversamente dalle grandi imprese.

Tuttavia, mentre le grandi aziende, grazie alle loro risorse finanziarie e umane, hanno strutture adeguate ai progetti di espansione, le PMI che intendono avviare un'attività all'estero hanno bisogno di una gamma estesa di servizi specialistici - sia finanziari, sia di consulenza e assistenza tecnica specifica - che non possono produrre economicamente al loro interno e che, quindi, devono acquisire ricorrendo al mercato e alle istituzioni. In questi casi, il rapporto banca-impresa, in particolare se PMI, deve raggiungere livelli di comprensione e di reciproca fiducia ancor più intensi, onde evitare la dispersione di risorse ed energie essenziali: la banca può e deve rappresentare uno dei punti di riferimento della PMI nell'affrontare la nuova avventura.

Per portare a compimento l'investimento, l'azienda, tra l'altro, dovrà:

- individuare le migliori opportunità d'investimento anche attraverso la ricerca di soci locali;

La ricerca di nuovi scenari produttivi e commerciali è sempre più spesso una scelta obbligata per le pmi

- valutare il sostegno finanziario dei progetti, anche con ricorso al finanziamento pubblico agevolato, sia comunitario, sia italiano sia del Paese estero di insediamento;
- predisporre i relativi studi di fattibilità, eventualmente utilizzando consulenti locali;
- effettuare l'analisi economico-finanziaria e la valutazione di redditività dei progetti di investimento;
- ricorrere all'assistenza legale e sulla normativa societaria nella definizione degli accordi con i soci locali e nelle trattative per la costituzione di società all'estero.

Fondamentale un'analisi attenta, ma l'opportunità è grande

L'aspetto predominante per un investimento produttivo diretto all'estero per una PMI è un'attenta analisi della fattibilità economica e finanziaria dell'iniziativa che tenga conto delle risorse mobilitabili, dei costi preventivati e dei ritorni attesi, senza trascurare i possibili rischi che si è disposti ad accollarsi, anche quelli inerenti al cosiddetto rischio Paese o all'eventuale rischio di cambio. Se quindi la scelta di consulenti professionalmente affidabili è di sicura importanza, assolutamente indispensabile è il favorevole sostegno finanziario, specie se occorre ricorrere all'indebitamento. Si comprende quindi che in questo ambito **assume un ruolo importante la scelte del mix**

Convegno sulla contraffazione

Contraffazione nella proprietà industriale: strategie di prevenzione e di repressione, se ne parlerà il pomeriggio del 19 febbraio in un convegno organizzato dalla Camera di commercio di Bologna.

Fra gli argomenti che verranno approfonditi "Le iniziative comunitarie nella lotta alla contraffazione, gli strumenti di prevenzione, il ruolo della dogana, le incognite dell'Asia".

Lo scopo del convegno è fornire una panoramica ampia e articolata sulle opportunità di tutela.

La partecipazione al seminario è gratuita.

Altre informazioni su www.bo.camcom.it.

**Per informazioni la segreteria organizzativa risponde al numero 051/6093.859
Fax: 051/6093.855**

Più servizi al call center

Dal prossimo primo febbraio il call center della Camera di commercio di Bologna allarga la gamma dei servizi forniti.

Il numero telefonico 051/6090.888 risponde attualmente alle informazioni sul Registro delle Imprese e sull'Albo delle Imprese Artigiane.

Dal primo febbraio amplia la propria attività anche alle seguenti aree: Ruolo Agenti e rappresentanti, Ruolo Mediatori, Ruolo Periti ed Esperti, Albo Provinciale degli Spedizionieri.

Il servizio è attivo dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 18.00

finanziario (con capitale di rischio + indebitamento), **dello forme tecniche per attenuare i rischi legati al Paese interessato e il reperimento e l'utilizzo degli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione messi a disposizione dalle diverse normative.**

In conclusione, la ricerca di nuovi scenari produttivi e commerciali all'estero costituisce sempre più spesso una scelta obbligata per l'impresa, da cui possono dipendere la sua sopravvivenza e la sua possibilità di sviluppo ulteriore. Si tratta di una sfida che richiede di norma un notevole impegno e che vede coinvolti i manager di livello più elevato i quali devono credere nella scelta di internazionalizzazione e vedervi un'opportunità per lo sviluppo a lungo termine dell'azienda. Tuttavia, le attività e le strategie che l'azienda mette in campo a questo fine, molto spesso hanno anche l'effetto di migliorarla nei confronti del suo mercato domestico e di consentirle di affrontare le sfide interne con maggior consapevolezza, flessibilità ed efficienza, contribuendo alla sua maturazione. Abbiamo solo accennato, per motivi di chiarezza espositiva e di spazio, alle problematiche complesse legate all'avvio di un'attività all'estero, rimandando a futuri articoli gli approfondimenti.

* Responsabile Presidio Operativo Estero
UniCredit Banca

anno 2004

La trasmissione di informazione della Camera di commercio
Tutte le ultime novità utili alle imprese, dal 20 febbraio
in onda sulle emittenti televisive private
della provincia di Bologna
La puoi vedere anche sul sito www.bolognacheimprese.it
BOLOGNA CHE IMPRESE !

E' TV	venerdì	20 febbraio	ore 18,30
TELESANTERNO	venerdì	20 febbraio	ore 19,15
NUOVA RETE	venerdì	20 febbraio	ore 23,00
RETE 8 / VGA	venerdì	20 febbraio	ore 20,15
ITALIA 7 GOLD	sabato	21 febbraio	ore 17,45
TELECENTRO	lunedì	23 febbraio	ore 22,30
TELESANTERNO	martedì	24 febbraio	ore 13,00
E' TV	mercoledì	25 febbraio	ore 23,30
RETE 8 / VGA	sabato	28 febbraio	ore 7,15
TELECENTRO	sabato	28 febbraio	ore 23,15
ITALIA 7 GOLD	domenica	29 febbraio	ore 8,00
NUOVA RETE	mercoledì	3 marzo	ore 13,00

**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA
ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA
DI BOLOGNA**

www.bo.camcom.it



Tempi di lavoro e di vita, esigenze da bilanciare

La Camera di commercio di Bologna è molto attiva nel promuovere la conoscenza della legge n. 53 del 2000, soprattutto a beneficio delle donne

di Marina Amaduzzi

Sono soprattutto giovani, operano prevalentemente nei servizi e circa quattro volte sui dieci amministrano direttamente l'attività d'impresa. Sono queste le caratteristiche principali delle oltre 40 mila imprenditrici bolognesi "fotografate" dall'Ufficio Studi e Statistica della Camera di commercio, un piccolo esercito in crescita che rappresenta comunque oltre un quarto dell'universo imprenditoriale bolognese. Il 43% di loro (17.493) opera nei servizi, la metà delle quali si occupa di attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca e altre attività professionali. Il 26% è impegnato invece nel commercio al dettaglio e all'ingrosso, poco più di un quinto nell'industria, in particolare nelle attività manifatturiere, e solo il 10% nell'agricoltura.

Altri dati: il 41% delle imprenditrici predilige, come forma giuridica per lo svolgimento dell'attività, la società di persone, il 29% l'impresa individuale, il 25% la società di capitale. Le imprese individuali sorgono soprattutto in agricoltura e nel settore dei servizi pubblici, sociali e personali, mentre invece è preferita la forma della società di persone nelle attività manifatturiere, nel commercio all'ingrosso e al dettaglio, in alberghi e ristoranti e per le attività immobiliari.

Il 38% ricopre la carica di amministratore, poco meno di un terzo è titolare dell'impresa e il 24% ricopre invece la carica di socio. La metà delle donne imprenditrici ha un'età tra i 30 e i 49 anni, mentre nella fascia 50-69 anni si colloca il 35%. La quasi totalità sono di nazionalità italiana (96 su



100). Delle 1.195 imprenditrici extracomunitarie (cresciute negli ultimi due anni del 28%) la maggior parte (225) arriva dalla Cina, seguita dalla Svizzera (86) e dall'Argentina (60).

“La presenza delle donne nell'imprenditoria a Bologna è molto rilevante – spiega Marco Pancaldi, vicepresidente della Camera di commercio –, anche perché a differenza di altre regioni e di altre provincie le nostre donne titolari d'impresa sono effettivamente al lavoro e non sono semplici prestanome.

Un dato che colpisce particolarmente è che nella popolazione complessiva compresa nella fascia tra i 25 e i 59 anni il 23% sono imprenditrici. Questi dati dimostrano quindi che sempre più responsabilità ufficiali nel mondo del lavoro imprenditoriale ricadono sulle donne. Per questo motivo la Camera di commercio ha un occhio di riguardo per questo universo e destina una buona percentuale dei propri contributi per i titolari femminili d'a-

zienda. Dei contributi alle imprese giovanili il 25% va alle imprese femminili”.

Tante donne al lavoro, dunque, con la responsabilità in prima persona di guidare un'azienda. E spesso sono donne che hanno famiglia, figli, mariti, quindi impegni anche privati che in qualche modo devono conciliarsi con quelli lavorativi. La Camera, attraverso il suo Comitato per l'Imprenditorialità Femminile, sta promuovendo la conoscenza di una legge nazionale, la numero 53 del 2000, tanto utile quanto poco nota.

Mette a disposizione, complessivamente, oltre 15 milioni di euro destinati a imprese che realizzino progetti che rientrano in una di queste tre categorie: azioni che consentono alla lavoratrice madre o al lavoratore padre di usufruire di forme di flessibilità degli orari e dell'organizzazione del lavoro; programmi di formazione per il reinserimento dei lavoratori dopo il periodo di congedo; sostituzione del

titolare di impresa o del lavoratore autonomo, che benefici del periodo di astensione obbligatoria o dei congedi parentali, con altro imprenditore o lavoratore autonomo.

Proprio per diffondere la conoscenza di questa legge la Camera di commercio ha organizzato in dicembre il convegno “Misure a sostegno della flessibilità per la conciliazione dei tempi di lavoro e dei tempi di vita”, al quale hanno partecipato alcune imprenditrici che hanno già sperimentato i benefici della legge.

“Il carico di lavoro delle donne emiliano-romagnole è di 16,7 ore settimanali in più rispetto all'uomo – spiega Anna Maria Beckers, presidente del Comitato per l'Imprenditorialità Femminile –.

Per questo occorre promuovere la conoscenza di questa legge che costituisce un valido aiuto, per la donna ma anche per l'uomo.

In particolare vogliamo far comprendere bene i vantaggi derivanti dalla sostituzione dell'imprenditrice in maternità o in congedo attraverso un altro imprenditore scelto da lei che possa garantire la continuità dell'azienda anche in sua assenza”.

È una legge che prevede una serie di azioni concrete a favore di donne e di uomini che desiderano fare impresa ma allo stesso tempo hanno la necessità di conciliare le esigenze lavorative con quelle della famiglia.

Chi è interessato a conoscere meglio i dettagli della legge e il modo per accedere ai contributi può rivolgersi direttamente alla segreteria del Comitato per l'Imprenditorialità Femminile.

Liti? Concilia la Camera

In caso di contenzioso con il proprio gestore telefonico è necessario provare in prima battuta a risolvere la lite presso la Camera di commercio. Lo ha stabilito il Giudice di Pace di Bologna che, con sentenza n. 3797 del 2003, ha deciso di non prendere in considerazione la domanda presentata da un utente telefonico per una lite contro il suo gestore perché prima non aveva tentato di risolverla presso lo Sportello di conciliazione della Camera di commercio.

Il Giudice di Pace di Bologna ha così applicato le norme processuali e rituali che prevedono il tentativo obbligatorio di conciliazione in materia di telecomunicazioni.

Conciliare significa cercare la soluzione ad una lite con l'aiuto di un terzo imparziale ed esperto del settore attinente alla controversia.

Lo sportello di conciliazione della Camera di commercio mette a disposizione conciliatori professionisti che fino ad oggi hanno sempre consentito la risoluzione delle liti nell'ambito di uno o al massimo due incontri, con evidenti vantaggi in termini di tempi e costi rispetto alla giustizia ordinaria.

Per informazioni:
Camera di commercio di Bologna
Ufficio Conciliazione e Arbitrato
Tel. 051/6093.329-849
E-mail: tutela.mercato@bo.camcom.it
www.bo.camcom.it

La Settimana della Conciliazione

Dal 1 al 5 marzo prossimi si svolgerà presso la Camera di commercio di Bologna la Settimana della Conciliazione.

Durante la Settimana della Conciliazione il servizio di risoluzione extragiudiziale delle liti verrà offerto a condizioni particolarmente vantaggiose.

Per poter risolvere le proprie controversie beneficiando di tali condizioni di vantaggio – del tutto imparagonabili ai lunghi tempi ed agli alti costi della giustizia ordinaria – è sufficiente presentare domanda di conciliazione entro il 20 febbraio 2004.

La domanda può essere presen-

tata anche per E-mail dal sito **www.bo.camcom.it**.

L'iniziativa della Settimana della Conciliazione è promossa in collaborazione con l'Unione regionale delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna.

Per informazioni:
Camera di commercio di Bologna
Uffici Arbitrati e Conciliazioni,
Piazza della Costituzione, 8
40128 - Bologna
Tel. 051/6093.329-849

E-mail:
tutela.mercato@bo.camcom.it
www.bo.camcom.it

Una passione che è diventata un lavoro

Seconda puntata della serie di ritratti dedicati a donne fortemente impegnate nell'attività manageriale e imprenditoriale. Daria Costa

di Marina Amaduzzi

Fin da piccola sognava di vivere a contatto con la natura e gli animali. Un sogno che ha pienamente realizzato, complice il fatto che la sua famiglia possedeva un'azienda agricola nella quale ora è entrata pienamente, anima e corpo. Anima e corpo perché la sua vita è interamente legata a questo lavoro che dice di amare immensamente, al quale dedica tantissime ore della sua giornata, forse anche troppe, e per il quale ha deciso di traslocare in uno spazio dell'azienda che ha trasformato nella sua casa. È Daria Costa, imprenditrice agricola che segue l'azienda di famiglia, la Agricola Costa di Imola, e che siede nei consigli d'amministrazione dell'Unione Agricoltori di Bologna, del Coprob di Minerbio, del Consorzio della Bonifica Renana e del Consorzio di secondo grado per il Canale Emilia-Romagnolo. Insomma, un impegno a 360 gradi, anima e corpo appunto.

Come è nata questa sua passione?

“Fin dalla gioventù. Ho studiato all'istituto tecnico agrario Scarabelli, ho preso il diploma nell'81 e poi ho iniziato l'attività in azienda seguendo mio padre, che è ancora presente. Ho due sorelle, una segue l'amministrazione e l'altra la parte immobiliare. Salvo dunque la parte amministrativa, seguo l'azienda in tutto e per tutto, dalle colture agli acquisti, dalle vendite agli operai. La nostra è un'azienda estensiva e fa colture industriali: frumento tenero e duro, barbabietole, sorgo, mais, girasole da seme, medica da foraggio, pomodori da industria. La meccanizzazione arriva al 90%, per il resto ci serviamo di contoterzisti per l'estirpo e il carico barbabietole. Il primo appezzamento

di terreno fu acquistato nel 1965, l'ultimo nel 2002: complessivamente sono 230 ettari di terreno. Fin da bambina sognavo di vivere e lavorare a contatto con la natura e gli animali e ho scelto il tipo di studi proprio con questo obiettivo. Studi che mi sono piaciuti molto, che mi hanno arricchita sia come istruzione che dal punto di vista umano. La professionalità è il risultato delle esperienze negli anni”.

È un lavoro che le dà soddisfazione?

“Nonostante le difficoltà del settore faccio un bel lavoro che amo molto. Mancano forse un po' di soddisfazioni, però mi piace anche se è molto impegnativo soprattutto dal punto di vista fisico. Il lavoro è cambiato perché c'è una meccanizzazione molto spinta, dalla produzione alla trasformazione, ma i nostri prodotti non sono avanzati allo stesso modo, stanno subendo molto le importazioni extraeuropee nei prezzi e nei listini. La concorrenza c'è sempre stata, però fino a qualche tempo c'era più protezionismo. Chi può fare le colture di nicchia forse può avere qualche soddisfazione in più, anche se poi si scontra con i non pochi problemi della manodopera. Noi abbiamo preferito andare avanti con le colture industriali ed essere meccanizzati al massimo così da avvalerci del minimo della manodopera. Abbiamo tre dipendenti, di cui uno fisso e due stagionali”.

Il suo essere donna in un mondo dominato ancora dagli uomini le ha mai causato qualche problema?

“Mai. Non ho mai avuto difficoltà derivanti dal fatto di essere una donna. Ci sono altre colleghe, ma non molte, soprattutto nel settore dell'agriturismo e dell'agricoltura biologica. Donne a

capo di un'azienda agricola di tipo tradizionale sono ancora mosche bianche. È comunque un lavoro dove la natura della donna, la sua precisione e la sua voglia di innovazione, trova il suo sfogo. È una scelta ancora anomala, soprattutto per gli estranei al settore. Comunque non ho mai subito discriminazioni. All'inizio quando partecipavo alle prime riunioni ero l'unica donna, al massimo eravamo in due: ecco, c'era un po' di imbarazzo, ma poi veniva superato, basta farci l'abitudine”.

Si tratta tuttavia di un lavoro duro per certi versi, non sempre alla portata di una donna. È così oppure è un'impressione di chi sta fuori dal suo mondo?

“Per certi versi l'essere uomo o donna nel mio lavoro non fa differenza. La presenza di una donna può aiutare semmai nell'organizzazione quotidiana del lavoro, ma certe decisioni si prendono al di là del fatto di essere uomo o donna. C'è il mercato comune, ci sono regole che sono uguali per tutti. Per una donna è difficile restare in un ambiente che è anche molto duro, vivere la maggior parte del tempo fuori, all'aperto, d'estate con 40 gradi, d'inverno con il gelo. I lavori vanno seguiti sempre, se c'è da dare una mano io vado, non mi tiro certo indietro. È un lavoro che assorbe tantissime ore, spesso e volentieri vivi in condizioni estreme. Però ripeto: questo lavoro non lo cambierei mai, faccio più fatica a stare chiusa in un ufficio che uscire con la pioggia e il gelo in mezzo ai campi”.

Conciliare la vita privata con questo tipo di lavoro non deve essere semplice.

“È molto difficile. Le conseguenze le ho subite in prima persona, sono stata sposata, senza figli... il mio essere

al 100% in azienda è chiaro che va a discapito di qualcosa. Una donna impegnata totalmente nel lavoro deve sacrificare qualcosa, ha poco tempo per la famiglia, per la vita privata, per il mondo che sta fuori. Sono errori di gioventù: con un po' di maturità e di senso del dovere verso la famiglia mi sarei comportata diversamente. Oggi a 40 anni riesco a conciliare di più tutto, da giovane non sapevo come dosare le cose. Con un po' più di esperienza oggi dico che il lavoro è certamente importante, ma non è tutto. Il lavoro dà tante gratificazioni, ma al bilancio finale non dico che sia un pugno di mosche in mano ma certamente non è tutto”.

C'è qualche aspetto del suo lavoro che ama in particolare?

“Mi piace molto il momento in cui la natura si risveglia e quindi cominci a vedere il frutto del tuo lavoro. È molto emozionante in primavera quando la campagna comincia a cambiare volto e vedi crescere quello che coltivi. Ero così anche da piccola: non c'era pomeriggio che non venissi in campagna con mio padre, era un momento di divertimento, un piacere stare con lui, giocare nel cortile tra cani, gatti, polli, cavalli. Da tre anni abito in azienda, prima abitavo in centro a Imola: è chiaro che non c'è distacco tra me e la natura”.

Lei ricopre anche diversi incarichi pubblici. Le piace questo ruolo?

“Certo, mi permette di spaziare su argomenti diversi, di essere al centro dell'informazione. È un giusto passaggio che dovrebbero fare in molti. Il nostro problema è trovare dei giovani disponibili per questi incarichi tecnico-politici, spesso visti come perdite di tempo. Per me non è il coronamento della mia professione, ma un passaggio giusto”.

Tramite Telemaco i protesti sono on line

La Camera di commercio di Bologna ha ampliato l'offerta dei servizi on line.

È infatti oggi possibile tramite Telemaco (il servizio di accesso remoto agli archivi delle Camere di commercio) consultare in rete il Registro Informativo dei Protesti.

Per informazioni su come accedere al servizio è possibile consultare il sito web.telemaco.infocamere.it.

Il registro informatico dei protesti è aggiornato quotidianamente a cura della Camera di commercio, che fra le prime in Italia ha dotato, proprio al fine di velocizzare le procedure e garantire il costante aggiornamento degli archivi, gli ufficiali levatori di smart card.

Anche la cancellazione dal Registro Informativo dei Protesti è garantita tempestivamente a favore di coloro

che entro 12 mesi dalla levata del protesto presentino apposita domanda alla Camera di Commercio competente per territorio.

Nel Registro informatico dei protesti (che ha sostituito il vecchio Bollettino dei protesti garantendo grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie maggiore trasparenza e sicurezza sia ai protestati che ai creditori) sono iscritti i dati relativi ai protesti per mancato pagamento di cambiali, vaglia cambiari, assegni bancari e le dichiarazioni emesse dalle stanze di compensazione.

La consultazione è su scala nazionale.

Per maggiori informazioni:
Area Tutela del mercato
Tel. 051/6093.329-334-849

Un volume sulla Cina

La Cina del Nuovo secolo: scoprire le potenzialità del mercato Cinese, è il titolo di una nuova pubblicazione della Camera di commercio. Fra gli argomenti affrontati: le opportunità per le piccole e medie imprese, i distributori cinesi dei prodotti italiani, i Business Service Centres Italiani in Cina, le principali forme di investimento straniero, i partner cinesi come distributori locali. Il volume è in distribuzione presso l'Ufficio Commercio Estero della Camera di commercio di Bologna - Palazzo Affari, P.zza Costituzione, 8. Tel. 051/6093.286.



Il calcolo del valore della lira, dicembre 2003

La necessità di trasformare lire di anni passati in moneta attuale ricorre di frequente nel campo giuridico ed in quello economico-amministrativo. L'esigenza di disporre di uno "strumento" adatto a tale scopo può essere soddisfatta tramite l'utilizzo dei coefficienti di rivalutazione della lira, che figurano nella tavola di seguito riportata. Le serie dei coefficienti – elaborati sugli indici dei prezzi al consumo per le famiglie di operai ed impiegati (indici che fino al 1967 si chiamavano "costo vita") della provincia di Bologna e nazionali – possono interessare magistrati, avvocati, periti estimatori e, più in generale, quanti si occupano di contratti e controversie giudiziarie in materia economica.

Al momento della risoluzione o della stipulazione dei contratti, infatti, occorre aggiornare le somme in discussione. Per fare ciò basta moltiplicare le somme stesse per il coefficiente corrispondente al mese e all'anno che interessa.

Dovendo, ad esempio rivalutare al dicembre del 2003 una somma di L. 800.000 del gennaio '90, si vede che, nella tavola di seguito riportata relativa a dicembre 2003 in corrispondenza del gennaio '90, il coefficiente è 1,5939 (rif. a Bologna) o 1,6011 (rif. all'Italia); ne consegue, pertanto, che la somma di cui sopra, rivalutata a dicembre 2003 varrà L. 1.275.092 (a) se si utilizza il primo coefficiente o L. 1.280.875 (a) se si utilizza il secondo.

(a) Le somme così rivalutate in Lire, con l'entrata in vigore della nuova moneta, dal mese di gennaio 2002 dovranno essere convertite in Euro: L. 1.275.092 (rif. a Bologna) diventeranno quindi euro 658,53 e L. 1.280.875 (rif. all'Italia) euro 661,52.

ANNI	MESI	COEFFICIENTI	
		BO	ITALIA
1986	gennaio	1,9993	1,9752
	febbraio	1,9898	1,9620
	marzo	1,9840	1,9545
	aprile	1,9803	1,9489
	maggio	1,9727	1,9416
	giugno	1,9615	1,9343
	luglio	1,9634	1,9343
	agosto	1,9634	1,9306
	settembre	1,9578	1,9252
	ottobre	1,9486	1,9144
	novembre	1,9431	1,9073
	dicembre	1,9359	1,9020
1987	gennaio	1,9233	1,8898
	febbraio	1,9144	1,8898
	marzo	1,9074	1,8760
	aprile	1,9021	1,8708
	maggio	1,8900	1,8640
	giugno	1,8848	1,8573
	luglio	1,8814	1,8523
	agosto	1,8763	1,8473
	settembre	1,8628	1,8341
	ottobre	1,8348	1,8179
	novembre	1,8300	1,8130
	dicembre	1,8300	1,8099
1988	gennaio	1,8219	1,8003
	febbraio	1,8155	1,7956
	marzo	1,8076	1,7878
	aprile	1,8013	1,7816
	maggio	1,7920	1,7770
	giugno	1,7827	1,7708
	luglio	1,7827	1,7663
	agosto	1,7736	1,7587
	settembre	1,7645	1,7497
	ottobre	1,7541	1,7364
	novembre	1,7408	1,7218
	dicembre	1,7235	1,7161

ANNI	MESI	COEFFICIENTI	
		BO	ITALIA
1989	gennaio	1,7064	1,7033
	febbraio	1,6925	1,6893
	marzo	1,6843	1,6810
	aprile	1,6747	1,6701
	maggio	1,6653	1,6633
	giugno	1,6547	1,6553
	luglio	1,6534	1,6513
	agosto	1,6507	1,6486
	settembre	1,6442	1,6407
	ottobre	1,6287	1,6251
	novembre	1,6211	1,6187
	dicembre	1,6085	1,6111
1990	gennaio	1,5939	1,6011
	febbraio	1,5832	1,5903
	marzo	1,5787	1,5842
	aprile	1,5742	1,5782
	maggio	1,5697	1,5737
	giugno	1,5652	1,5677
	luglio	1,5638	1,5618
	agosto	1,5549	1,5515
	settembre	1,5506	1,5428
	ottobre	1,5362	1,5300
	novembre	1,5263	1,5202
	dicembre	1,5207	1,5146
1991	gennaio	1,4987	1,5036
	febbraio	1,4812	1,4900
	marzo	1,4786	1,4860
	aprile	1,4733	1,4794
	maggio	1,4694	1,4741
	giugno	1,4642	1,4663
	luglio	1,4616	1,4637
	agosto	1,4565	1,4598
	settembre	1,4539	1,4534
	ottobre	1,4413	1,4420
	novembre	1,4301	1,4320
	dicembre	1,4251	1,4283

ANNI	MESI	COEFFICIENTI	
		BO	ITALIA
1992	gennaio	1,4058	1,4173
	febbraio	1,4035	1,4136
	marzo	1,3952	1,4075
	aprile	1,3893	1,4016
	maggio	1,3824	1,3945
	giugno	1,3789	1,3898
	luglio	1,3766	1,3874
	agosto	1,3755	1,3863
	settembre	1,3766	1,3816
	ottobre	1,3698	1,3736
	novembre	1,3619	1,3657
	dicembre	1,3619	1,3634
1993	gennaio	1,3515	1,3585
	febbraio	1,3475	1,3532
	marzo	1,3436	1,3506
	aprile	1,3397	1,3453
	maggio	1,3332	1,3402
	giugno	1,3281	1,3337
	luglio	1,3230	1,3286
	agosto	1,3205	1,3273
	settembre	1,3180	1,3261
	ottobre	1,3105	1,3173
	novembre	1,3080	1,3111
	dicembre	1,3067	1,3111
1994	gennaio	1,2994	1,3037
	febbraio	1,2957	1,2988
	marzo	1,2933	1,2964
	aprile	1,2897	1,2928
	maggio	1,2849	1,2880
	giugno	1,2813	1,2856
	luglio	1,2801	1,2821
	agosto	1,2789	1,2797
	settembre	1,2754	1,2762
	ottobre	1,2683	1,2692
	novembre	1,2660	1,2645
	dicembre	1,2637	1,2600
1995	gennaio	1,2602	1,2554
	febbraio	1,2387	1,2453
	marzo	1,2310	1,2353
	aprile	1,2256	1,2288
	maggio	1,2191	1,2212
	giugno	1,2137	1,2148
	luglio	1,2137	1,2137
	agosto	1,2127	1,2095
	settembre	1,2084	1,2064
	ottobre	1,2031	1,2001
	novembre	1,1959	1,1929
	dicembre	1,1938	1,1909
1996	gennaio	1,1895	1,1865
	febbraio	1,1860	1,1860
	marzo	1,1825	1,1825
	aprile	1,1745	1,1757
	maggio	1,1700	1,1712
	giugno	1,1700	1,1689
	luglio	1,1712	1,1712
	agosto	1,1712	1,1700
	settembre	1,1600	1,1667
	ottobre	1,1578	1,1656
	novembre	1,1556	1,1622
	dicembre	1,1589	1,1611
1997	gennaio	1,1556	1,1589
	febbraio	1,1556	1,1578
	marzo	1,1556	1,1567
	aprile	1,1523	1,1556
	maggio	1,1501	1,1523
	giugno	1,1501	1,1523
	luglio	1,1501	1,1523
	agosto	1,1501	1,1523
	settembre	1,1491	1,1501
	ottobre	1,1437	1,1469
	novembre	1,1415	1,1437
	dicembre	1,1415	1,1437

ANNI	MESI	COEFFICIENTI	
		BO	ITALIA
1998	gennaio	1,1373	1,1404
	febbraio	1,1299	1,1373
	marzo	1,1299	1,1373
	aprile	1,1288	1,1351
	maggio	1,1267	1,1330
	giugno	1,1226	1,1320
	luglio	1,1226	1,1320
	agosto	1,1226	1,1309
	settembre	1,1205	1,1299
	ottobre	1,1215	1,1278
	novembre	1,1185	1,1267
	dicembre	1,1185	1,1267
1999	gennaio	1,1174	1,1257
	febbraio	1,1133	1,1236
	marzo	1,1113	1,1215
	aprile	1,1083	1,1174
	maggio	1,1063	1,1154
	giugno	1,1053	1,1154
	luglio	1,1043	1,1133
	agosto	1,1043	1,1133
	settembre	1,1013	1,1103
	ottobre	1,0973	1,1083
	novembre	1,0963	1,1043
	dicembre	1,0953	1,0033
2000	gennaio	1,0943	1,1023
	febbraio	1,0894	1,0973
	marzo	1,0875	1,0943
	aprile	1,0856	1,0934
	maggio	1,0817	1,0904
	giugno	1,0788	1,0865
	luglio	1,0769	1,0846
	agosto	1,0769	1,0846
	settembre	1,0750	1,0827
	ottobre	1,0722	1,0798
	novembre	1,0675	1,0750
	dicembre	1,0665	1,0741
2001	gennaio	1,0610	1,0694
	febbraio	1,0582	1,0656
	marzo	1,0582	1,0647
	aprile	1,0564	1,0610
	maggio	1,0509	1,0582
	giugno	1,0500	1,0564
	luglio	1,0509	1,0564
	agosto	1,0509	1,0564
	settembre	1,0500	1,0555
	ottobre	1,0446	1,0527
	novembre	1,0428	1,0509
	dicembre	1,0428	1,0500
2002	gennaio	1,0375	1,0455
	febbraio	1,0313	1,0419
	marzo	1,0322	1,0392
	aprile	1,0287	1,0366
	maggio	1,0253	1,0348
	giugno	1,0261	1,0331
	luglio	1,0253	1,0322
	agosto	1,0244	1,0305
	settembre	1,0235	1,0287
	ottobre	1,0201	1,0261
	novembre	1,0192	1,0235
	dicembre	1,0192	1,0227
2003	gennaio	1,0150	1,0184
	febbraio	1,0142	1,0167
	marzo	1,0125	1,0133
	aprile	1,0091	1,0116
	maggio	1,0083	1,0108
	giugno	1,0058	1,0100
	luglio	1,0050	1,0074
	agosto	1,0041	1,0058
	settembre	1,0008	1,0033
	ottobre	1,0025	1,0025
	novembre	1,0000	1,0000
	dicembre	1,0000	1,0000



Marocco e Tunisia, non solo vacanze

La Cciaa di Bologna e l'Ice hanno avviato un progetto teso a favorire la cooperazione delle imprese italiane del packaging con quella dei due Paesi del Nord Africa

di Matteo Angelini

L'obiettivo è ambizioso: favorire la creazione di un mercato sempre più forte per le imprese del packaging sull'altra sponda del Mediterraneo, in paesi che per troppi sono solo sinonimo di vacanze e, soprattutto, di immigrazione più o meno clandestina.

Con questo spirito la Camera di commercio di Bologna e l'Ice (Istituto per il commercio estero), nell'ambito dell'accordo di programma tra ministero delle Attività produttive, Ice, Unioncamere e Assocamerestero, in collaborazione con Ucima (Associazione costruttori italiani macchine per l'imballaggio), hanno avviato un progetto volto a favorire la cooperazione delle imprese italiane del settore del packaging, con particolare attenzione a quelle specializzate nella produzione di macchine per l'imballaggio ed il confezionamento, con le imprese industriali dei Paesi del Mediterraneo (Tunisia e Marocco). Aderiscono all'iniziativa le seguenti strutture camerali: Centro Estero Lombardia, Promec Modena e le Camere di commercio di Reggio Emilia, Rimini e Forlì.

L'iniziativa – presentata agli operatori locali a Casablanca il 12 dicembre – sorge sulla scorta del processo di liberalizzazione economica e democratizzazione politica del Marocco che ora prosegue nella prospettiva della creazione dell'Area di libero scambio del Mediterraneo, la cui realizzazione è fissata al 2012. E l'azione bolognese ha riscosso molto interesse proprio in vista della sempre maggiore



valorizzazione del prodotto locale che può avvenire anche con un packaging più accattivante. In tale ottica va peraltro letta la politica di forte ancoraggio all'Europa, dalla quale il Marocco si aspetta una collaborazione privilegiata. Nello stesso quadro si inserisce il proseguimento delle relazioni con la Tunisia. “In questo contesto, in così rapida evoluzione, il settore delle macchine per il confezionamento e l'imballaggio, e più in generale quello del packaging – spiega Giuseppe Iannaccone, responsabile arca Promozione economica e internazionalizzazione della Cdc di Bologna – non possono che trarne nuove opportunità di business. La potenzialità di importazione di questi mercati è stimata intorno ai 34 milioni di euro per il Marocco ed ai 20 milioni di euro per la Tunisia.

In particolare le vendite italiane di macchine per l'imballaggio nel 2002 in Marocco e Tunisia hanno raggiunto un valore pari rispettiva-

mente a 13,7 e 14 milioni di euro. Per entrambi i paesi l'Italia risulta insieme alla Francia principale fornitore di tecnologie per l'imballaggio. Da queste considerazioni è nata la volontà di aprire il 3 novembre 2003 due Centri servizi per il packaging, rispettivamente a Tunisi e Casablanca, ubicati presso i locali uffici Ice, in cui un operatore è dedicato esclusivamente allo sviluppo delle attività di cooperazione industriale e commerciale per il settore dell'imballaggio.

Il ruolo di Ucima sarà quello di fornire il proprio know-how per la formazione delle risorse impiegate presso i due centri informativi e per la realizzazione di alcuni eventi dedicati al settore.

Ogni Centro Servizi offrirà alle imprese italiane i seguenti servizi gratuitamente: Infopoint per contatti e informazioni relativi ad analisi di mercato, associazioni di categoria locali, enti ed autorità, agenti/distribu-

tori, principali utilizzatori finali (industria alimentare, farmaceutica, cosmetica, chimica), banche, riviste specializzate per inserzioni o visione, fiere; acquisizione materiale informativo aziendale (brochure, cataloghi ecc.) per successivo inoltro agli interlocutori locali interessati e intermediazione nei primi contatti tra imprese italiane e interlocutori locali; Coordinamento partecipazione imprese ad un evento fieristico in Marocco e Tunisia, vale a dire “Inpack 2004” a Tunisi dal 24 al 27 marzo prossimi rassegna dedicata a tutti gli ambiti dell'imballaggio, (dai produttori di macchine ai produttori di materiali) e “Sipec 2004” a Casablanca, nella prima decade di ottobre, dedicata a tutti gli ambiti dell'imballaggio, dai produttori di macchine ai produttori di materiali; Coordinamento delegazioni da Marocco, Tunisia e Giordania per partecipazione alle fiere Pack-Mat – Pharmintech – Safe-Food (Bologna 8-11 giugno 2004).

L'associazione in partecipazione nel mirino

Le imprese hanno riscoperto un tipo di contratto che sembrava ormai destinato ad un'applicazione assai limitata

di Mario Gallotta

Nella costante ricerca di alternative al lavoro dipendente, che per i vincoli normativi e per i costi elevati viene generalmente limitato ai soli casi di effettiva necessità, le imprese italiane hanno "riscoperto" negli anni scorsi un contratto che sembrava destinato ad un'applicazione assai limitata: l'associazione in partecipazione.

Di che cosa si tratta?

Di un rapporto di lavoro disciplinato dal Codice Civile, che all'articolo 2549 così recita: "Con il contratto di associazione in partecipazione l'associante attribuisce all'associato una partecipazione agli utili della sua impresa o di uno o più affari verso il corrispettivo di un determinato apporto".

Si viene così a delineare una situazione di scambio nella quale un primo soggetto (l'associante) attribuisce ad un altro soggetto (l'associato) una quota degli utili in cambio di un apporto che può assumere la veste di capitale o di prestazione lavorativa. È evidente che proprio quest'ultima ipotesi ha attirato l'attenzione di numerosi datori di lavoro. Tutto ciò premesso, è opportuno rammentare che il rapporto associante-associato non può in ogni caso risultare la fotocopia del rapporto datore di lavoro-dipendente, poiché secondo il nostro ordinamento giuridico vale in ogni caso il "principio di effettività" che può esser tradotto nella seguente massima: "Chi svolge una prestazione da lavoratore subordinato deve essere inquadrato come tale". Ciò significa che se un associato risulta sottoposto in tutto e per tutto al potere direttivo, gerarchico e disciplinare del datore di



lavoro (al pari degli altri dipendenti), è inutile e pericoloso far ricorso all'escamotage del contratto di associazione in partecipazione. Infatti, in caso di controlli da parte della Direzione Provinciale del Lavoro o dell'INPS la contestazione sarebbe immediata. Occorre dunque che l'associazione in partecipazione si differenzi sia sul piano formale che sul piano sostanziale, dal rapporto di lavoro subordinato.

Un contratto con onori e oneri.

L'articolo 2535 del Codice Civile precisa che, salvo patto contrario

"l'associato partecipa alle perdite nella stessa misura in cui partecipa agli utili", precisando poi che le perdite non possono superare il valore dei beni o delle prestazioni apportate. Indicare quindi una partecipazione alle perdite è per il datore di lavoro altamente opportuno, poiché nessun dipendente sarebbe esposto ad un simile rischio.

Intendiamo dire, in altri termini, che proprio l'eventualità di rimetterci qualcosa costituisce un elemento differenziale di notevole importanza fra

il rapporto di lavoro subordinato e l'associazione in partecipazione. Peraltro, stabilendo il Codice Civile un limite massimo e non un limite minimo in relazione alle perdite, nulla impedisce di indicare nel contratto una percentuale assai modesta, tale da non mettere a repentaglio la remunerazione dell'associato, al quale può essere sempre garantito un guadagno minimo (Corte di Cassazione, sentenza n. 4235 del 21.06.1968). Ecco dunque due condizioni che possono da un lato tranquillizzare il giovane che si vede offrire un contratto di associazione in partecipazione e dall'altro evitare "grane" al datore di lavoro: la garanzia di un guadagno minimo e la previsione di una partecipazione (anche molto limitata) alle eventuali perdite aziendali. Da quanto finora esposto emerge con chiarezza che all'associato non potrà esser rigidamente applicata la disciplina propria dei lavoratori dipendenti in tema di orario, ferie o sanzioni disciplinari. Per fare un esempio, si può anche stabilire un orario di massima, ma l'osservanza del medesimo dev'essere improntata a criteri di elasticità. Lo stesso si può dire della retribuzione, che può anche non rispettare le canoniche scadenze mensili.

Insomma, più il rapporto di associazione si differenzia (nella teoria e nella prassi) dalle caratteristiche che identificano il lavoro dipendente e meno rischi ci sono che fra le due forme contrattuali possano insorgere pericolose "sommiglianze".



L'associazione in partecipazione nel mirino

SEGUE DA PAGINA 17

Che cosa dice la "Riforma Biagi"?

L'art. 86 del D.Lgs. 226/303 (comma 2) precisa che, al fine di evitare comportamenti elusivi, se l'associazione in partecipazione si dimostra solo un comodo paravento "... il lavoratore ha diritto ai trattamenti contributivi, economici e normativi stabiliti dalla legge e dai contratti collettivi per il lavoro subordinato svolto nella posizione corrispondente al medesimo settore di attività...".

Insomma, è inutile cercare di far apparire come "associato" chi in realtà svolge le mansioni proprie di un dipendente. Secondo la legge di riforma del mercato del lavoro i tentativi di "elusione" costerebbero cari.

La gestione della società

Un altro aspetto rilevante del contratto in esame riguarda la gestione della società (che rimane all'associante) e il diritto dell'associato al rendiconto periodico. Circa il primo occorre dire che l'associato, proprio in quanto escluso dalla gestione, non risponde dei debiti nei confronti dei terzi. In relazione al secondo aspetto è invece opportuno sottolineare che l'associato ha diritto ad effettuare le verifiche contabili necessarie a comprovare l'ammontare degli utili raggiunti, in caso contrario, infatti, dovrebbe fidarsi delle dichiarazioni dell'associato, rimanendo privo della possibilità di effettuare verifiche.

La situazione previdenziale e infortunistica

Per quanto concerne la tutela anti-infortunistica, la Corte Costituzionale (sentenza 15 luglio 1992, n. 332) ha stabilito che gli associanti devono iscriverli all'INAIL gli associati che svolgono prestazioni lavorative, escludendo coloro che apportano il solo capitale.

Grosse novità si profilano invece

sul fronte dell'INPS, poiché fino ad ora per gli associati in partecipazione non era previsto alcun obbligo contributivo. Ora invece - secondo il D.L. 30/09/2003, n. 269, a decorrere dal 1° gennaio 2004 "... i soggetti che, nell'ambito dell'associazione in partecipazione... conferiscono prestazioni lavorative i cui compensi sono qualificati come reddito da lavoro autonomo... sono tenuti... all'iscrizione in un'apposita gestione previdenziale istituita presso l'INPS...". Così dispone l'art. 43, che precisa anche l'ammontare del contributo, il quale dovrà essere "pari al contributo pensionistico corrisposto alla gestione separata ... Il 55 per cento del predetto contributo è posto a carico dell'associante ed il 45% a carico dell'associato".

Insomma, l'ammontare dei contributi sarà complessivamente eguale a quello dovuto per i "lavoratori a progetto" (ex "co.co.co."). Cambia invece la ripartizione: non due terzi a carico del committente e un terzo a carico del lavoratore, ma 55% a carico dell'associante e 45% a carico dell'associato.

Nonostante i nuovi vincoli, il contratto di associazione in partecipazione, purché utilizzato con prudenza e con l'osservanza delle precauzioni da noi indicate, può ancora costituire un valido canale di ingresso nel mondo del lavoro.

Certamente, tuttavia, esso ha perso buona parte del suo appeal.

L'associante infatti vede aumentare i costi e i rischi, anche perché il legislatore ha voluto evitare che gli ex collaboratori coordinati e continuativi, rimasti "senza progetto", venissero trasformati in "associati in partecipazione".

L'intenzione è stata indubbiamente lodevole. Vedremo se lo saranno anche i risultati.

Facchinaggio, denuncia di inizio attività

Le imprese che svolgono attività di facchinaggio/movimentazione merci o una delle attività previste dall'art. 2 del D.M. 221/2003 sono tenute a presentare denuncia di inizio attività (D.I.A.) all'Albo delle Imprese Artigiane per l'accertamento dei requisiti richiesti. Per l'esercizio dell'attività di facchinaggio è richiesto il possesso dei requisiti specificatamente indicati dagli articoli 5, 6 e 7 del D.M. 221/03: la capacità economico-finanziaria, la capacità tecnico-organizzativa ed il requisito di onorabilità. Le imprese di facchinaggio che risultano iscritte al Registro Imprese e all'Albo delle Imprese Artigiane alla data del **4 settembre 2003** debbono presentare entro 180 giorni da tale data (**entro il 2 marzo 2004**) le attestazioni comprovanti il possesso dei requisiti mediante la compilazione del "Modello per la dichiarazione del possesso dei requisiti di capacità economico-fi-

nanziaria, tecnico-organizzativi e di onorabilità di cui agli articoli 5, 6 e 7 del D.M. 221/2003". Decorso tale termine in mancanza di deposito di tali attestazioni e atti, la Camera di commercio e/o la Commissione Provinciale per l'Artigianato sono tenute ad avviare la procedura di cancellazione. Le imprese già iscritte all'entrata in vigore della normativa, presentando la denuncia di regolarizzazione, possono continuare ad esercitare l'attività per due anni successivi alla data di entrata in vigore del regolamento stesso, anche in assenza del requisito di capacità economico-finanziaria previsto dall'art. 5 lett. B) e tecnico-organizzativa previsto all'art. 6.

Per informazioni e per visionare la relativa documentazione è possibile consultare il sito della Camera di commercio: www.bo.camcom.it - Albo artigiani - attività di facchinaggio.

Tre nuove pubblicazioni camerali

Sul sito internet della Camera di commercio di Bologna www.bo.camcom.it sono disponibili tre nuove pubblicazioni elaborate dall'ufficio Statistica e Studi:

- "Import & Export della provincia di Bologna": una fotografia del grado di internazionalizzazione del nostro sistema economico al 3° trimestre 2003;
- "La provincia di Bologna - Caratteristiche strutturali a dicembre 2003";

- "Il valore aggiunto nella provincia di Bologna - Anno 2002": nel quale viene analizzato l'andamento del valore aggiunto totale della provincia di Bologna, anche rispetto alle altre province italiane.

Le pubblicazioni possono essere ritirate anche direttamente presso l'Ufficio Studi, Piazza della Mercanzia, 4 - 40125 Bologna. Tel. 051/6093.444.



PRO.S.I.M.

PROMOZIONE SERVIZI ALLE IMPRESE

Azienda Speciale della CCAA di Bologna

Il PRO.S.I.M. è l'Azienda Speciale costituita dalla Camera di Commercio di Bologna nel 1990 per fornire differenziati servizi allo scopo di agevolare l'attività lavorativa delle piccole e medie imprese: visure, protesti, bilanci, atti societari, assetti proprietari ed elenchi di aziende iscritte nel Registro Imprese estratti in base a diversi parametri ed a seconda delle necessità del cliente. Il PRO.S.I.M. dispone inoltre di una **Banca Dati di Imprese Estere** in grado di coadiuvare l'impresa nella ricerca di partner per la propria attività fornendo dati e analisi dei diversi mercati a livello internazionale. Le richieste possono essere inoltrate tramite **fax o e-mail** e le relative risposte verranno trasmesse con le medesime modalità, al fine di ridurre i tempi e i costi professionali a carico delle aziende clienti. L'attività di erogazione dei servizi commerciali ha visto nel corso dell'anno 2002 il coinvolgimento del PRO.S.I.M. da parte di oltre 1100 imprese e studi professionali, cui sono state fornite oltre 50000 informazioni.

SERVIZI COMMERCIALI

VISURE
AZIENDALI

PROTESTI

ATTI
SOCIETARI

BILANCI

ASSETTI
PROPRIETARI

Per ulteriori informazioni gli interessati potranno rivolgersi presso il PRO.S.I.M. Palazzo Affari - Piazza Costituzione n. 8, Bologna - Tel. 051 6093233 - Fax 051 503962
Internet <http://prosim.servizi.it> E-mail info@prosim.servizi.it
(orario continuato dal lunedì al venerdì dalle ore 8.30 alle 18.30)

Energia, quando risparmiare è possibile

L'evoluzione delle direttive europee tese a sensibilizzare gli utenti circa un corretto e razionale utilizzo delle risorse

di Luca Mossini

LE DIRETTIVE DI APPLICAZIONE DELLA DIR. 92/75/CEE

DIRETTIVA	NORMA DI RECEPIMENTO	PRODOTTO
94/2/CE	D.M. 02/04/1998	FRIGORIFERI DOMESTICI, CONGELATORI E LORO COMBINAZIONI
2003/66/CE	NON RECEPITA	
95/12/CE 95/13/CE 96/60/CE	D.M. 07/10/1998	LAVATRICI, ASCIUGABIANCHERIA E LAVASCIUGA AD USO DOMESTICO
97/17/CE	D.M. 10/11/1999	LAVASTOVIGLIE AD USO DOMESTICO
98/11/CE	D.M. 10/07/2001	LAMPADE PER USO DOMESTICO
2002/31/CE	D.M. 02/01/2003	CONDIZIONATORI D'ARIA PER USO DOMESTICO
2002/40/CE	D.M. 02/01/2003	FORNI ELETTRICI PER USO DOMESTICO

DIRETTIVE NUOVO APPROCCIO RIGUARDANTI IL RENDIMENTO ENERGETICO

DIRETTIVA	NORMA DI RECEPIMENTO	PRODOTTO
92/42/CE	D.P.R. 660/1996	CALDAIE AD ACQUA CALDA ALIMENTATE CON COMBUSTIBILI LIQUIDI O GASSOSI (limitatamente alla sola funzione di riscaldamento) ⁴
96/57/CE	D.M. 10/11/1999	FRIGORIFERI, CONGELATORI E LORO COMBINAZIONI PER USO DOMESTICO
2000/55/CE	D.M. 26/03/2002	ALIMENTATORI PER LAMPADE FLUORESCENTI

Il lungo black-out energetico sperimentato in autunno dal nostro Paese, ha riportato in prima pagina il problema del forte sbilancio italiano tra domanda e offerta di energia, nonché le polemiche sui possibili rimedi. Senza voler entrare nel merito della questione, si vogliono illustrare alcune delle misure che, a livello europeo, sono state adottate per incidere sul consumo di energia di molti degli apparecchi domestici in commercio.

Ad ennesima dimostrazione che la Storia è solita ripetersi, notiamo che le prime misure incisive, almeno nelle intenzioni, furono concepite all'indomani della prima grave crisi petrolifera, quella del 1973, di cui molti italiani serbano memoria per la soluzione allora studiata: tutti a piedi la domenica! Infatti, la premessa alla Direttiva 79/530/CEE, richiamando le risoluzioni del 17 settembre e del 17 dicembre 1974, affermava che "...è necessario adottare a livello comunitario misure (...) per far fronte alle difficoltà presenti e future dell'approvvigionamento di idrocarburi".

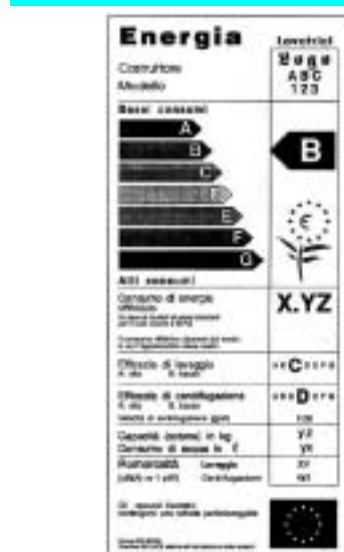
Accanto alla preoccupazione per la disponibilità e lo sfruttamento delle risorse, sono però già presenti anche tutte le altre motivazioni che contribuiranno ad originare i provvedimenti dei decenni successivi: la consapevolezza che i consumi energetici incidono sullo stato dell'ambiente (la produzione e il consumo di elettricità originano il 30% delle emissioni di CO₂ dovute all'attività umana e rappresentano circa il 35% del consumo di energia primaria della Comunità) e la necessità di uniformare le misure prese dai singoli Stati per evitare ostacoli al commercio interno.

Le linee di azione adottate sono tre:

- una serie di norme indirizzate a fornire obbligatoriamente al consumatore tutte le informazioni rilevanti dal punto di vista dei consumi energetici, nell'intento di orientarli verso i prodotti più efficienti e meno inquinanti;
- norme che fissano dei requisiti minimi in materia di rendimento energetico degli apparecchi per uso domestico, in assenza dei quali i prodotti non possono essere commercializzati;
- misure ulteriori, per gli apparecchi domestici, o sostitutive, per prodotti destinati ad un impiego non domestico, per lo più non obbligatorie.

La prima delle misure indicate prevede una direttiva di tipo generale e una serie di direttive specifiche, ciascuna relativa ad un solo tipo di prodotto, che applicano al caso specifico i criteri fissati dalla norma generale.

Questo sistema ebbe una falsa partenza: fu emanata la direttiva di indi-



Un esempio di etichetta energetica: lavatrici. Sotto la classe B di efficienza energetica, compare il marchio europeo di qualità ecologica ECO-LABEL.

rizzo, la già citata 79/530/CEE¹, ma fu adottata una sola direttiva di applicazione, la 79/531/CEE²; relativa ai forni elettrici, e per di più solo pochi Stati diedero attuazione alle norme comunitarie, per cui la Commissione Europea decise, all'inizio degli anni 90, di rafforzare le disposizioni della direttiva 79/530/CEE, sostituendola con la direttiva 92/75/CEE³: quali le differenze?

Si intervenne innanzitutto sui prodotti oggetto della norma, cercando di concentrare gli obblighi su quelli che comportano consumi maggiori: furono allora esclusi, ad esempio, i televisori, che consumano relativamente poco, e gli essiccatore a tamburo, forse poco diffusi, mentre si inserirono i condizionatori d'aria e le fonti di illuminazione. Fu inoltre prevista l'applicabilità della norma agli apparecchi domestici venduti per uso non domestico e a quelli noleggiati o in leasing.

Mentre la prima direttiva prevedeva, come strumento informativo, un'etichetta da porre sull'apparecchio e riprodurre su cataloghi, materiali pubblici-



Il logo Energy Star

tario, manuali d'istruzione etc., e si dilungava poi dettagliatamente sulle caratteristiche di tale supporto, la direttiva 92/75/CEE, affianca all'etichetta una scheda da utilizzare con i materiali di supporto, lasciando alle singole direttive applicative di precisarne le caratteristiche.

La nuova direttiva ha avuto un miglior esito, sia in termini di norme attuative e di recepimento da parte degli Stati membri, che dal punto di vista del riscontro da parte dei consumatori: ad esempio, per i frigoriferi, congelatori e loro combinazioni, si è registrato, dal 1996 al 2000, un aumento di oltre il 30% dell'indice di efficienza; inoltre, nel 2000 la quota di mercato degli apparecchi di classe più efficiente (A) era del 20%, in alcuni mercati di più del 50%, e continuava a crescere, tanto che, con la direttiva 2003/66/CEE, si è provveduto ad aggiungere due ulteriori classi di vertice (A+ e A++) nell'intento di prolungare l'effetto delle norme.

La seconda serie di disposizioni rientra tra le cosiddette direttive "nuovo approccio", che prevedono la marcatura CE: esse fissano i requisiti essenziali, che devono essere obbligatoriamente rispettati per immettere il prodotto sul mercato e disegnano le procedure che il fabbricante dovrà seguire per garantire la conformità a tali requisiti essenziali. Queste misure, a differenza di quelle descritte in precedenza, incidono direttamente sulle caratteristiche di alcune categorie di apparecchi, individuati tra quelli maggiormente responsabili dei consumi di

energia, stabilendo livelli minimi di rendimento energetico, che il legislatore comunitario ritiene idonei rispetto ai programmi di riduzione dei consumi e dell'inquinamento atmosferico.

L'ultimo tipo di provvedimenti comunitari si pone gli stessi obiettivi dei precedenti, differenziandosi da quelli per essere di tipo volontario.

L'informazione all'utilizzatore, per indirizzarlo verso prodotti più efficienti, è lo scopo del programma di etichettatura delle attrezzature per ufficio chiamato Energy Star⁵; si tratta di un logo di tipo volontario, originario degli Stati Uniti, dove è concesso dall'Agenzia per la protezione dell'ambiente (US EPA), e che, in virtù di un accordo tra il governo statunitense e la Comunità Europea, potrà essere assegnato anche a produttori europei che ne facciano richiesta e che rispondano alle specifiche del programma Energy Star.

Le misure facoltative per migliorare la efficienza energetica dei prodotti sono invece costituite dagli accordi negoziati tra fabbricanti e Commissione Europea (che si aggiungono agli accordi che le imprese negoziano con gli Stati membri). Si tratta di impegni volontari da parte dei produttori, in settori nei quali gli Stati membri e la Comunità Europea preferiscono non introdurre norme obbligatorie, ad esempio nel settore commerciale e industriale; i principali accordi raggiunti sono relativi alle lavatrici e ai televisori e videoregistratori, relativamente alle perdite in stand-by.

¹ Recepita con il D.P.R. 12 agosto 1982, n. 783.

² Recepita con il D.P.R. 10 settembre 1982, n. 784.

³ Recepita con il D.P.R. 9 marzo 1998, n. 107.

⁴ A questo prodotto si applica anche l'art. 23 della legge 29 maggio 1982, n. 308 che prevede un'etichetta sul consumo di energia, ma rimanda la definizione del formato e contenuto dell'etichetta ad un decreto ministeriale da emanare in conformità di direttive comunitarie.

⁵ Regolamento (CE) 06/11/2001, n. 2422/2001.



I file contenenti tutte le opportunità commerciali pubblicate in queste pagine ed altre ancora sono reperibili anche all'interno del sito Web: www.bo.camcom.it
(all'interno di **Promozione e Statistica - Iniziative per l'Internazionalizzazione - "Offerte e proposte commerciali dall'estero"**).

RICHIESTE DI MERCATI E DI RAPPRESENTANZE

EGITTO

■ **THE EGYPTIAN CO FOR FINE JUICE CONCENTRATE** - Hussein, Alessandria - Tel. e fax 0020/3/4877609 - contattare Miss Mona Anwar

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **concentrato di pomodoro**. (11/2003)

■ **EL SOUFY FOR EXPORT** - 97 Dr. Mohamed Hussein Helkal St. - Nasr City, Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/6712710 - contattare Mr. Mohamed Hamada

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **impianti per imballaggio di frutta e verdure**. (11/2003)

■ **ORIENTAL EXPRESS** - 9, El Mohandessin El Askareen Rabas El Adawia - Nasr City, Il Cairo - Tel. 0020/2/2602910 - Fax 0020/2/2606823 - E-mail: oriental-express@hotmail.com - contattare Mr. Yasser Sheta

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **carta**. (11/2003)

■ **EL ASLAMYIA FOR SAFETY INDUSTRIAL** - Bab El Svaria, Il Cairo - Tel. 0020/10/5165496 - Fax 0020/2/5938735 - contattare Mr. Ahmed Khalil

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **tessuti impermeabilizzati**. (11/2003)

■ **TANNAN SONS FOR TEXTILES** - Mohamed Abdel Rahman St., Shoubra El Keima - Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/4465253 - E-mail: awnymahmod@hotmail.com - contattare Mr. Awny El Sayed Mahmoud

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **impianti tessili**. (11/2003)

■ **THE EGYPTIAN DISTRIBUTION CENTER** - 33, Abdel Khalek Sarwat Down Town - Il Cairo - Tel. 0020/2/3935856 - Fax 0020/2/3936334 - contattare Mr. S.I. Saad

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **zaini scolastici, uniformi militari e cinture**. (11/2003)

■ **FADIMEX** - 9 Emad El Din St. Down Town - Il Cairo - Tel. 0020/2/5909500 - Fax 0020/2/5924342 - contattare Mr. Fathi El Fadali

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **materiali per l'edilizia cemento e mattoni**. (11/2003)

■ **EEC** - 98 Osman Ibn Affan St., Il Cairo - Tel. 0020/2/6358715 - Fax 0020/2/6359997 - contattare Mr. Remon Waasfy Gabriel

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **anelli e catene di tenuta**. (11/2003)

■ **SCARAB OF EGYPT** - 21, Kamal El Safei St Safir Sq. - Heliopolis - Il Cairo - Tel. 0020/2/2917560 - Fax 2907826 - E-mail: scarab@link.com.eg - contattare Mr. Edward Saba

Desidera contattare aziende italiane fornitrici di **materiali plastici**, in particolare **polietilene per la produzione di cavi**. (11/2003)

■ **MOBICA CO.** - 37, El Harar St. - Mohandesin, Il Cairo - Tel. 0020/2/3384848 - Fax 0020/2/7615053 - contattare Mr. Mohamed Farouk Abd El Moneim

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **arredamento**.

■ **ABD EL SARMEAA** - 4, Adb El Wahab St. beside Central Boulak - El Dakrou, Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/5764574 - contattare Mr. Abd El Sameaa Abd El Wahab

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **arredamento**.

■ **MISS. HAGAR AMIN** - 130, El Nozha St. Triumph Sq. - Heliopolis, Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/6357895 - E-mail: hageramin@hotmail.com

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **arredamento**. (11/2003)

■ **INTERNATIONAL GROUP** - 26, El Matarya St. Matarya - Il Cairo - Tel. 0020/2/6550724 - contattare Mr. Ahmed Lotfy

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **ascensori**. (11/2003)

■ **CONTRADEC** - 102/b El Marghany St. - Heliopolis, Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/4191164 - E-mail: contradec@yahoo.com - contattare Mr. Ibrahim Khalil

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **materiali edili e decori per interni**. (11/2003)

■ **TECHNICAL COMPANY FOR ELECTRICAL EQUIPMENT** - 49 Moustafa El Nahas St. 8th District - Nasr City, Il Cairo - Tel. 0020/2/2747246 - Fax 0020/2/2627949 - contattare Mr. Bassem Boulos Sidhom

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **componentistica elettrica**. (11/2003)

■ **STYLE TEAM** - 15, Al Hassan St. Dokki - Il Cairo - Tel. 0020/2/3357258 - Fax 0020/2/7603175 - E-mail: styleteam@styleteam.com.eg - contattare Mr. Soliman Amin

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **abrasivi**. (11/2003)

■ **EGYPTIAN CO. FOR SHIPPING** - 19 Ahmed Bahaa El Din Mohandessin - Il Cairo - Tel. 0020/12/3306475 - contattare Mr. Ashraf Salah El Din

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **polvere di silicio**. (11/2003)

■ **LEENOS FOR TRADING AGENCIES** - 37, El Batal Ahmed Abd El Aziz - Mohandessin, Il Cairo - Tel. 0020/2/3460873 - Fax 020/2/3444144 - E-mail: leenos10@thewayout.net - contattare Mr. Kamal Mamluk

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **impianti per la lavorazione del cemento**. (11/2003)

■ **COMMERCIAL ENGINEERING MARKETS CO.** - 75, Ramsis St. - Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/4836515 - E-mail: cemc@link.net - contattare Mr. Essam Moustafa

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **impianti di iniezione chimica**. (11/2003)

■ **CLARA** - 20, Abd El Aziz St. Triumph - Heliopolis, Il Cairo - Tel. 0020/2/4188426 - Fax 0020/2/4190735 - E-mail: clara@soficom.com.eg - contattare Mr. Kamal Mounir

Desidera contattare aziende italiane produttrici di **impianti per piscine**. (11/2003)

■ **INTERNATIONAL CO. FOR SUPPLY MEDICAL INDUSTRIES** - 31, Abd El Hamid Badawy - Heliopolis, Il Cairo - Tel. 0020/2/6201952 - Fax 0020/2/6201955 - contattare Mr. George Boushra

Desidera contattare aziende italiane nel settore di **impianti usati per il confezionamento di prodotti farmaceutici**. (11/2003)

ERITREA

■ **MOHAMED ABDULRAHIM** - P.O.Box 1032 - Red Star St. 56/58 - Asmara - Tel. 00291/1/121442 - Fax 00291/1/120329

Desidera contattare produttori di **parti di ricambio per carrozzeria**, in particolare

guarnizioni in gomma per sottocabina, sportello, parabrezza, vetri, canalino per sportello. (12/2003)

FRANCIA

■ **BREIZHIMEX** - Montauban de Bretagne - Tel. 0033/6/17278020 - Fax 0033/2/99879147 - E-mail: atizon@hotmail.com - contattare Aurélie Tizon

Impresa specializzata nella vendita in tutto il mondo di carni surgelate desidera contattare produttori italiani di **carni surgelate di maiale e pollame**. (12/2003)

GERMANIA

■ **C & C INDUSTRIES i.G.** - Bremer StraÙe 163 - 27751 Delmenhorst - Tel. 0049/4221/2982707 - Tel. portatile 0049/172/4479007

Ditta di commercio all'ingrosso è interessata a contattare produttori italiani di **merci/beni di consumo di qualunque tipo**. (12/2003)

GRECIA

■ **L'ARTE DI SOGNO - DIMITRAKOPOULOS DIMITRIOS** - Koritsas 3 - 54639 Thessaloniki - Tel. 0030/2310/862202 - Fax 0030/2310/862202 - contattare Dimitrakopoulos Dimitrios

Desidera contattare produttori italiani di **bomboniere in argento**. (11/2003)

■ **V. ORGANTZIS & YIOS OE** - Arkadiou 23 - 56123 Thessaloniki - Tel. 0030/2310/704210 - Fax 0030/2310/704210 - E-mail: lila@the.forthnet.gr - contattare Organtzis Nikolaos

Desidera contattare produttori italiani di **testate per autovetture, furgoni, macchine agricole, macchine movimento terra, ecc.** (11/2003)

■ **AFOI MESOCHORITI ATE** - Strat. Kakavou 3 - 54641 Thessaloniki - Tel. 0030/2310/868731 - Fax 0030/2310/856931 - E-mail: mesohori@acn.gr - contattare Antoniadis Stelios - Internet: www.mesohoritis.gr

Desidera contattare produttori italiani di **tubi in ferro per condotte**. (11/2003)

■ **BERLANDA AMLETO** - Analipseos 3 - 54643 Thessaloniki - Tel. 0030/2310/868244 - Fax 0030/2310/868244 - contattare Berlanda Amleto

Desidera contattare produttori italiani di **travi di calcestruzzo**. (11/2003)

■ **BI - EMME TESSUTI - VAS. N. BAIRAKTARIS MON. EPE** - Ploutonos 21 - 54655 Thessaloniki - Tel. 0030/2310/402799 o 402798 - Fax 0030/2310/422837 - E-mail: brnm@compulink.gr - contattare Bairaktaris Vassilios - Internet: www.astron-tessuti.com

Desidera contattare produttori italiani di **accendisigari usa-e-getta**. (11/2003)

■ **CLIMATRON** - Kerasountos 65 - 55132 Thessaloniki - Tel. 0030/2310/425295 - Fax 0030/2310/410549 - contattare Karvounopoulos Apostolos

Desidera contattare produttori italiani di **accessori per il riscaldamento** (rubinetteria ad angolo, interruttori, termostati, ecc.). (11/2003)

MAROCCO

■ **FAMACOLOR** - 13 Rue de Metz - Casablanca - Tel. 00212/22/312646 o 311674 - Fax 00212/22/311266 - E-mail: famacolor@wanadoo.net.ma - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **materiale per la produzione di cloro e acido cloridrico** e produttori di **farina di granoturco**. (09-12/2003)

■ **SOCOCHARBO** - 1 Rue de Lecrivain, La

Villette - Casablanca - Tel. 00212/22/626579 o 626550 - Fax 00212/22/624692 o 624693 - E-mail: sococharbo@casanet.net.ma - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca produttori di **coke di petrolio e ghisa**. (09-12/2003)

■ **GOURVENEK** - Avenue Hassan II - Mohammadia - Tel. 00212/23/324500 - Fax 00212/23/325082

Ditta marocchina ricerca **prodotti per fonderia** (sabbie, resine ecc.). (09-12/2003)

■ **BRIQUETERIE BATI CHAOUIA** - Km 3.5 Route de Ben Ahmed, B.P. 129 - Berrechid - Tel. 00212/22/533001 - Fax 00212/22/533008 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **impianti per la frantumazione di ghiaia**. (09-12/2003)

■ **FLAMINGO MLADOSTE** - Lot Mouna Rue 10 N° 17 Z.I. Inara - Casablanca - Tel. 060/561057 - Fax 00212/22/601943 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **macchine per la produzione di patate (chips)**. (09-12/2003)

■ **MATISOL** - 56 Rue Med Ben Ahmed Al Bakkal - Belvedere, Casablanca - Tel. 00212/22/409950 - Fax 00212/22/409951 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca fabbricanti di **ascensori**. (09-12/2003)

■ **ASCENSEURS ADDAMANE** - 44 Rue 5 Hay Al Houa CD - Casablanca - Tel. 00212/22/557591 - Fax 00212/22/557591 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **ascensori**. (09-12/2003)

■ **RAHF SERVICE** - 44 Allée des Mandarines, Ain Sebaa - Casablanca - Tel. 00 212 22 664653 - Fax 00 212 22 665809 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **impianti di climatizzazione per sale di informatica** (contenenti computer) e **ambienti pericolosi**. (09-12/2003)

■ **ARTIMOX** - 10 Locaux Professionnelles, Z.I. - El Jadida - Tel. 00212/23/342589 - Fax 00212/23/342589 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **impianti per la lavorazione di profilati in alluminio, impianti per la produzione di tapparelle in PVC e relativi meccanismi e motori, impianti per la lavorazione del vetro e degli specchi**. (09-12/2003)

■ **SOCIETE MAROCAINE DES ETS MOULIN** - 9 Rue Saint Saens et 14 Rue Allal Ben Ahmed, Amkik - Belvedere, Casablanca - Tel. 00212/22/406777-78-79-80-81 - Fax 00212/22/406782 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca fabbricanti di **compressori per linee di trasporto pneumatiche per farina e grano** e fabbricanti di **macchinari per lavanderia**. (09-12/2003)

■ **CENTRALE LAITERIE** - Twin Center Maarif, 3ème étage, Tour A - Casablanca - Tel. 00212/22/779740 - Fax 00212/22/779744 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **banchi frigoriferi, rimorchi e semirimorchi (di seconda mano)**. (09-12/2003)

■ **SCADIA** - 90 Bd. D'Oujda - CASABLANCA - Tel. 00 212 22 243410 - Fax 00 212 22 243419 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca **veicoli per la raccolta dei rifiuti**. (09-12/2003)

■ **WOVEN MOD** - Lot. 95 Z.I. Ben M'sik Sidi Othman - Casablanca - Tel. 00212/22/717818 -



Fax 00212/22/727537 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca fabbricanti di **filati cucirini**. (09-12/2003)

■ **TARADE** - 11 Rue L'Allier Bd. Anfa - Casablanca - Tel. 00212/22/275727 - Fax 00212/22/275393 - E-mail: tarad.inc@caramail.com - lingua di contatto: francese
Ditta marocchina ricerca fabbricanti di **montature e occhiali da vista e da sole**. (09-12/2003)

■ **MOKHAIR IMPORT EXPORT** - Bloc 17 n° 3 Sidi Bernoussi - Casablanca - Tel. 00212/61/314516 - Fax 00212/22/754194 - lingua di contatto: francese
Ditta marocchina ricerca fabbricanti di **accessori per capelli e articoli per la depilazione**. (09-12/2003)

■ **MARBAR** - 81 Av. Houmane El Fetouaki, B.P. 13.169 - Casablanca - Tel. 00212/22/224190 - Fax 00212/22/200464 - lingua di contatto: francese

Ditta marocchina ricerca produttori di **flaconi di vetro per profumeria**. (09-12/2003)

■ **YANADESIGN** - 293 Bd. Abdelmoumen - CASABLANCA - Tel. 00 212 22 863946 - lingua di contatto: francese
Ditta marocchina ricerca produttori di **calzature uomo/donna e borse in pelle**. (09-12/2003)

TURCHIA

■ **BMS LTD. STI.** - Sair Esref Bul.N:18 - Izmir - Tel. 0090/232/4419901 - Fax 0090/232/419902 - E-mail: enginerkirecci@hotmail.com - contattare Engin Erkirecci
Desidera importare **profili e lastre in metallo ferroso**. (10/2003)

■ **TUNC KERESTECILIK** - Tel. 0090/258/2684620 - E-mail: guventnc@hotmail.com - contattare Guven Tunc
Desidera importare **parquet di laminato, pannelli a fibre orientate**. (10/2003)

■ **MEDITERRANEAN STAR Ltd. Sti.** - 116 Sk. N:4/2 - Goztepe, Izmir - Tel. 0090/232/2850650 - Fax 0090/232/2850650 - contattare Cuneyt Cagdas
Desidera importare **carta velina da imballo**. (10/2003)

■ **PAG LTD. STI.** - E-mail: pag@pag.com.tr - contattare Yavuz Haberal - Internet: www.pag.com.tr
Desidera importare **pentaeritritolo**. (10/2003)

■ **MURAT SAVACI** - E-mail: savacilar@ttnet.net.tr - contattare Murat Savaci
Desidera importare **zucchero a velo**. (10/2003)

■ **ASC TREND A.S.** - Tel. 0090/216/4785900 - Fax 0090/216/4785906 - E-mail: info@asc-trend.com - contattare Gokhan Celikbilek - Internet: www.asc-trend.com
Interessata ad assumere la distribuzione sul mercato turco di produttori di **bevande, alimentari, pannolini per neonati, ecc.** (10/2003)

■ **ENERTEKS LTD. STI.** - Yeni Camlica Mah. Baraj Yolu Cad. Adiguzel Sitesi A Blok D: 1 - 81260 Atasehir, Istanbul - Tel. 0090/216/4564610 - Fax 0090/216/4564615 - E-mail: hande@enerteks-sourcing.com - contattare Hande Ener
Interessata ad assumere la rappresentanza e distribuzione di **prodotti di marca per bambini**. (10/2003)

OFFERTE DI MERCI E RAPPRESENTANZE

AUSTRIA

■ **SEZIONE COMMERCIALE DELL'AMBASCIATA D'AUSTRIA** - Via E.

Filiberto 3 - 35122 Padova - Tel. 049/8762530 - Fax 049/8762776 - E-mail: padua@austriantrade.org - contattare Sigr.a Brigitte - Internet: www.austriantrade.org/italy
Azienda austriaca **ricerca rappresentante** veramente motivato, preferibilmente ben introdotto nella grande distribuzione, **per prodotto innovativo (carrello spesa con integrato FI per bambini)**; indispensabile buona conoscenza della lingua tedesca. (01/2004)

BANGLADESH

■ **ASIA TRADE INTERNATIONAL** - 93 Arjotpara (Mohakhali) Tejgaon - Dhaka 1215 - Banani Post Box 9018, Dhaka - E-mail: tkb@siriusbroadband.com - contattare Mr. Maloti Rani, direttore
Azienda produttrice ed esportatrice offre prodotti in puro cotone: **T-shirt, magliette polo, maglioni e biancheria intima femminile**; ricerca agenti e importatori. (11/2003)

COREA DEL SUD

■ **APPLE CORPORATION** - 2D Floor, Samjung Bldg, 450 Joongkye-dong, Nowon-ku - 139859 Seoul - Tel. 0082/2/34453388 - Fax 0082/2/34453153 - E-mail: apple@applebiz.co.kr - contattare Charles Goh, direttore - Internet: www.applebiz.co.kr

■ Azienda produttrice offre **pavimentazione in legno (parquet) "Railflex" con rivoluzionario sistema di montaggio al suolo che non richiede né chiodi né colla ma utilizza binari completi di sezioni in plastica unite da molle in acciaio inox**; essa presenta i seguenti vantaggi: rapidità e facilità d'installazione e/o smontaggio anche da parte di personale non specializzato (prodotto concepito per il bricolage), prezzo competitivo, possibilità di riutilizzo del parquet e dei binari di montaggio, ottima resistenza a espansione o ritiro dovuti a umidità e variazioni di temperatura, fondo ventilato. (08/2003)

EGITTO

■ **NAWA TOURS** - 22 Rizk Hanna St. - Feisal, Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/5870892 - E-mail: nawatours@hotmail.com - contattare Mr. Alaa Zaki
Desidera contattare aziende italiane nel **settore ittico**. (11/2003)

■ **NEW EGYPT TRADING** - 1 Police Tower St. - Nasr City, Il Cairo - Tel. e fax 0020/2/2758550 - contattare Mr. Abdallah Mohamed
Desidera contattare aziende italiane importatrici di **frutta e verdure**. (11/2003)

■ **ZENHOUM YOUNES TANNERY** - Misr El Kadima - Il Cairo - Tel. 020/12/4057864
Desidera contattare aziende italiane importatrici di **pellami**. (11/2003)

■ **EL SAFA FOR INTERNATIONAL TRADING** - 161 El Higaz Sq. - Heliopolis, Il Cairo - Tel. 0020/2/2411220 - Fax 0020/2/6332269 - E-mail: ahmedaya75@hotmail.com - contattare Mr. Hamdy Mohamed Sayed
Desidera contattare aziende italiane importatrici di **pellami**. (11/2003)

■ **MATSICO TRADING INVESTMENT** - 12 Nabil Awid St off El Bahr El Aazam St. - Giza, Il Cairo - Tel. 0020/2/5738795 - E-mail: esab@idsc.net.eg - contattare Mr. Moustafa El Shafie
Desidera contattare aziende italiane importatrici di **cemento**. (11/2003)

■ **FATHY SHEHATA** - 4 Said Zou El Facar - Manial El Roda, Il Cairo - Tel. 0020/2/3687417 - contattare Mr. Fathy Shehata
Desidera contattare aziende italiane importatrici di **marmo e granito**. (11/2003)

■ **OSAB TRADE** - 6 El Nil El Abiad Sq. - Mohandessin, Il Cairo - Tel. 0020/2/3035146 -

Fax 0020/2/3460800 - E-mail: osab@link.net - contattare Mr. Hamed Mohamed
Desidera contattare aziende italiane importatrici di **acciaio e petrolio**. (11/2003)

■ **SPICES SHEPARD CO.** - 14, El Mostashfa St. - El Haram, Il Cairo - Tel. 0020/2/7412159 - Fax 0020/2/7412159 - E-mail: shepherd2000@hotmail.com - contattare Mr. Zenhom Salama - Agenti di commercio in Italia. (11/2003)

GERMANIA

■ **VURAL GIDA** - Lohmeyer Str. 24 - 10587 Berlin - Tel. 0049/30/34356986 - Fax 0049/30/34356987 - E-mail: aduyar@t-online.de - contattare Ali Duyar
Offre **pomodori disidratati di produzione turca**. (10/2003)

LITUANIA

■ **DANLISTA UAB** - 4316 Garliava - Tel. 00370/37/393744 - Fax 00370/37/393563 - Tel. portatile 00370/698/25984 - E-mail: zilvinas@eurologistika.lt - contattare Žilvinas Abrasonis, direttore
Impresa danese-lituana commercializza **prodotti di alta qualità in acciaio** (principalmente: **strutture in acciaio e componenti di macchinari, macchine agricole e ricambi, sistemi di convogliamento, casseforti e porte in acciaio, serbatoi di vario tipo**), fatti produrre (su disegni e specifiche del cliente) ad una rete di stabilimenti qualificati e attentamente selezionati operanti in Lituania e Lettonia. (11/2003)

PAKISTAN

■ **UNIFORMAT** - P.O.Box 220 - 51310 Sialkot - Tel. 092/432/586897 - Fax 0092/432/586929 - E-mail: unimat@brain.net.pk - contattare Mr. Irfan Amin - Internet: www.uni-format.com
Azienda produttrice offre **spalline per uniformi, distintivi e stemmi ricamati a mano, cordoncini, galloni, cinture e accessori similari per divise e uniformi di qualunque genere**. (10/2003)

TURCHIA

■ **ALP PLANLAMA** - E-mail: Alplplanlama@hotmail.com - contattare Abdullah Kucukozbek
Offre **attapulgit** (minerale argilloso). (10/2003)

■ **ATIL DIS TICARET LTD. STI.** - Arkur Doguhan No: 505 Uluyol - 16220 Bursa - Tel. 0090/224/2568850 - Fax 0090/224/2568851 - E-mail: atilexp@hotmail.com - contattare Huseyin Yildiz
Offre **calce**. (10/2003)

■ **AKSOYLAR MERMER** - Tel. 0090/224/6366900 - Fax 0090/224/6366905 - E-mail: aksoylarmarble@yahoo.com / info@aksoylarmarble.com - contattare Yildiz Tozoglu
Offre **marmo**. (10/2003)

■ **BEMAS MERMER A.S.** - Tel. 0090/332/5120033 - Fax 0090/332/51225 - E-mail: bemas@ttnet.net.tr - contattare Huseyin Caglar
Offre **marmi e travertino in blocchi e lastre** (tipo: travertino cappuccino). (10/2003)

■ **OZCELIK MERMER** - Tel. 0090/212/2582014 - Fax 0090/212/2610579 - contattare Mustafa Akdogan - Internet: mustafaak@superonline.com
Offre **marmi, graniti, travertini e onice**. (10/2003)

■ **ADK MERMER LTD. STI.** - Tel. 0090/212/471102 o 471103 - Fax 0090/212/2757892 - E-mail: duygu@adkmarble.com - contattare Duygu Erdogan
Offre **marmi e pietre dure**. (10/2003)

■ **KARACA RH** - Tel. 0090/232/4418977 - Fax 0090/232/4895215 - E-mail: raykili@karacareklam.com - contattare Ramazan Aykili
Offre **pasta di sesamo e olio di sesamo**. (10/2003)

■ **NASRIN LTD. STI.** - 19 Mayis Mh. Mersinli Ahmet Sk. 11/9 - Istanbul - Tel. 0090/212/3560976 - Fax 0090/212/3560977 - E-mail: info@nasrinco.com - contattare Hadi Azer
Offre **uva sultanina** (denocciolata). (10/2003)

■ **ASYA MEYVE SUYU A.S.** - Tahrn Cad. 19/4 - 06700 Ankara - Tel. 0090/312/4688314 - Fax 0090/312/4688433 - E-mail: asya@asyameyvesuyu.com.tr / halukonder@asyameyvesuyu.com.tr - contattare Haluk Onder - Internet: www.asyameyvesuyu.com.tr
Offre **succo concentrato e purea di: pesche, visciole (ciliege acide), ciliege da tavola, mele e albicocche**. (10/2003)

■ **ERGUL GRUP A.S.** - Niyazi Misri Cd. No: 56 - Malatya - Tel. 0090/422/3249251 - Fax 0090/422/3252555 - E-mail: sadiergul@superonline.com - contattare Sadi Ergul
Offre **frutta secca** (albicocche, prugne, fichi, ecc.) e **legumi**. (10/2003)

■ **FOSA FINDIK LTD.STI.** - Tel. 0090/232/4498561 - Fax 0090/232/4492387 - E-mail: buynut@fosanum.com - contattare Hasan Sadik Travac
Offre **nocciole sgusciate e non**. (10/2003)

■ **TADIM GIDA A.S.** - Istasyon Mah. E-5 Karayolu - 81700 Tuzla Istanbul - Tel. 0090/216/4462260 - Fax 0090/216/3954670 - E-mail: Bahadirsahin@tadim.com.tr - contattare Bahadir Sahin - Internet: www.tadim.com.tr
Offre **ceci, mandorle, noci, nocciole e anacardi tostati, sgusciati e non**. (10/2003)

■ **OZKOCLAR LTD. STI.** - E-mail: ozkoclar@ttn.net - contattare Mahmut Ozkoc
Offre **legumi**. (10/2003)

■ **OZISIK GIDA** - E-mail: Info@ozisikgida.com - contattare Duygu Tezcan - Internet: www.ozisikgida.com
Offre **caramelle a forma di lecca-lecca**. (10/2003)

■ **NSK GROUP** - 1431 Sok. No: 18 K: 1 D:1-2 - Alsancak Izmir - Tel. 0090/232/4225703 - Fax 0090/232/4220219 - E-mail: Nsk-grup@hotmail.com - Contattare Songul Erarslan
Offre **alimentari e prodotti tessili**. (10/2003)

■ **SELCEK SAVAS** - Portakal Cicegi Sok. Pak Sk. 3/72 - Cankaya, Ankara - Tel. 0090/312/4426477 - E-mail: coffee@ttnet.net.tr - contattare Selcuk Savas
Offre **lana d'angora**. (10/2003)

■ **MINEREKS** - E-mail: ali@minereks.com - contattare Ali Caneri
Offre **lana d'angora**. (10/2003)

■ **ANGORA LTD. STI.** - Mithatpasa Cad. 47/13 Kizilay Ankara - Tel. 0090/312/4359077 - Fax 0090/312/4359666 - E-mail: angoraltd@hotmail.com - contattare Engin Oguz Piskin
Offre **lana merinos**. (10/2003)

■ **MINPA TEKSTIL LTD. STI.** - E-mail: esma@minpa.com.tr - contattare Esma Kuzgun
Offre **filati e tessuti**. (10/2003)

■ **INSA A.S.** - Tel. 0090/212/5913524 - Fax 0090/212/5913528 - E-mail: okan@insa-as.com.tr - contattare Okan Ozel
Offre **filati di nylon**. (10/2003)

■ **SEVKO LTD. STI.** - Tel. 0090/258/3714845 - Fax 0090/258/3716718 - E-mail: esagsoz@sevkotekstil.com - contattare Egemen Sagsoz
Offre **tessuti per accappatoi, asciugamani e accappatoi**. (10/2003)



- **OZDILEK TEKSTIL LTD. STI.** - Yalova Yolu 4. Km. - 16210 Bursa - Tel. 0090/224/2196014 - Fax 0090/224/2115244 - E-mail: korayu@ozdilek.com.tr - contattare Koray Unal - Internet: www.ozdilek.com.tr
Offre **asciugamani e accappatoi.** (10/2003)
- **SVS Foreign Trading** - Eski Salacak Iskele Sok. 15/7 - Istanbul - Tel. 0090/216/5533308 - Fax 0090/216/5533308 - E-mail: suheyila@svsforeigntrade.com - contattare Suheyila Koseler
Offre **prodotti tessili, olive, olio di oliva, prodotti alimentari in conserve, materiali elettrici.** (10/2003)
- **MET-KO LTD. STI.** - Kista Mah. 53. Sok. Kor Han 20/13 Antalya - Tel. 0090/242/2487207 - Fax 0090/242/2473474 - E-mail: metkotekestil@mynet.com - contattare Eren Togar
Offre **tessili per la casa.** (10/2003)
- **CONCEPT AS TEKSTIL LTD. STI.** - Kaleseramik Konutlari o-5 - 81220 Istanbul - Tel. 0090/216/4223082 - Fax 0090/216/4223024 - E-mail: concept@superonline.com - contattare Meric Gorece
Offre **tessili per la casa.** (10/2003)
- **AKCEYIZ LTD. STI.** - E-mail: info@akceyiz.com.tr - contattare Emrah Turkdogan
Offre **tessili per la casa.** (10/2003)
- **TARAKCIOGULLARI EV TEKSTIL VE BEBEK AKSESUARLARI** - Cark Sanayi Turkmen Cad. Egemen Sok. No: 17 Sakarya - Tel. 0090/264/2731992 - Fax 0090/264/2791399 - E-mail: info@tarakciogullari.com - contattare Murat Yagci - Internet: www.tarakciogullari.com
Offre **tessili per la casa e accessori per neonati.** (10/2003)
- **IME LTD. STI.** - E-mail: dina@ime-jo.com oppure mustafa@ime-jo.com - Internet: www.ime-jo.com - contattare Mustafa Basbug
Offre **abbigliamento e prodotti tessili.** (10/2003)
- **UDERO LTD. STI.** - 1385 Sok. No: 3/703 Yeni Asir Is Merkezi 35210 - Izmir - Tel. 0090/232/4834548 - Fax 0090/232/4251640 - E-mail: info@udero.com - contattare Tansu Uygun
Offre **prodotti tessili e abbigliamento.** (10/2003)
- **ENERTEKS LTD. STI.** - Yeni Camlica Mah. Baraj Yolu Cad. Adiguzel Sitesi A Blok D: 1 - 81260 Atasehir, Istanbul - Tel. 0090/216/4564610 - Fax 0090/216/4564615 - E-mail: hande@enerteks-sourcing.com - contattare Hande Ener
Offre **tessili per la casa, tessuti e abbigliamento.** (10/2003)
- **MEYTEKS A.S.** - Eski Firuzkoy Yolu Baglarici Mevkii No: 35 - Avcilar, Istanbul - Tel. 0090/212/6763444 - Fax 0090/212/6762946 - E-mail: tuba@meyteks.com - contattare Tuba Taskin
Offre **coperte, tovaglie e prodotti tessili per la casa.** (10/2003)
- **ZEBRA TEKSTIL** - 1001 Sk. 33/4 Izmir - Tel. 0090/232/2444771 - Fax 0090/232/2444772 - E-mail: zebrakestil@hotmail.com - contattare Naciye Caf
Offre **coperte, copriiletto, plaid; indumenti e abbigliamento uomo donna bambino in stoffa a maglia.** (10/2003)
- **MNR IHR. ITH. ve TIC.** - Istoc Ticaret Merkezi 22 Ada N:2 - 34550 - Istanbul - Tel. 0090/212/6596515 - Fax 0090/212/6596518 - E-mail: mnreo@mncro.com - Internet: www.mncro.com - contattare Rifat Orak
Offre **bottoni e bottoni a pressione, dischetti, rivetti, sbozzi ed atre parti per bottoni e bottoni a pressione; catenine e catenelle, rivetti biforcuti, pagliette tagliate di metalli comuni per uso tessile.** (10/2003)
- **ULUTAS TEKSTIL** - E-mail: ebru.gurler@mynet.com - contattare Ebru Gurler

- Internet: www.ulutastekstil.com
Offre **filati, stoffe, tessuti, tessili per la casa e confezioni.** (10/2003)

- **EVOTEKS LTD. STI.** - E-mail: Basaran@evoteks.com - contattare Basaran Bahriyeli
Offre **tessili per la casa.** (10/2003)
- **KORHAN LTD. STI.** - Dizdariye Cesmesi Sok. N:2 - Istanbul - Tel. 0090/212/5180881 - Fax 0090/212/5184646 - E-mail: info@korhanhali.com - contattare Korhan Islamcioglu
Offre **tappeti artigianali in pura seta.** (10/2003)
- **TURKUVAZ HALI** - E-mail: turkuzcarpets@turk.net - contattare Memduh Cimsit
Offre **tappeti.** (10/2003)
- **KARTAL TEKSTIL** - E-mail: kartalcarpets@hotmail.com - contattare Iskender Kaplan
Offre **tappeti e kilim.** (10/2003)
- **TOYKAN TEKSTIL** - E-mail: Toykantekstil@hotmail.com - contattare Gokalp Ceylantepe
Offre **tessuti in poliestere e poliestere misto cotone.** (10/2003)
- **ANGEL ELASTIK LTD. STI.** - Davutpasa Cad. N° 14/1 - Istanbul - Tel. 0090/212/5773716 - Fax 0090/212/ 6139458 - contattare Alper Seritcioglu
Offre **tessuti elasticizzati, veli e accessori per l'industria tessile.** (10/2003)
- **ELSE TEKSTIL** - Cihangir Mah. Karcagi Sok. No: 5 - 34840 Avcilar Istanbul - Tel. 0090/212/4226670 - Fax 0090/212/4226680 - E-mail: Aslievranoz@else.com.tr - contattare Asli Evranoz
Offre **filati in puro cotone.** (10/2003)
- **GORTEKS A.S.** - Cevreyolu Uzeri Sanayi Karsisi PK 8 - 46001 Kahramanmaras - Tel. 0090/344/2360112 - Fax 0090/344/2361598 - E-mail: gulkar@gorteks.com - contattare Gulderen Karatuluk
Offre **filati in puro cotone.** (10/2003)
- **ELASTEKS A.S.** - General Mustafa Ozyanar Cad. No: 5 - Hadimkoy, Istanbul - Tel. 0090/212/7713979/80 - Fax 0090/212/7714292 - E-mail: gokhan@elasteks.com - contattare Gokhan Tavukcu
Offre **filati elasticizzati e tubi in caucciù.** (10/2003)
- **AHMET GENCAL** - Yukari Dudullu Mah. Alemdag Cad. Gazali Sok. Gençal Apt. No: 8 Kat: 2 Daire: 10 - 34775 Umraniye, Istanbul - Tel. 0090/216/3641314 - Fax 0090/216/3641314 - E-mail: agencal@superonline.com - contattare Ahmet Gençal
Azienda produttrice offre articoli quali: **gagliardetti, bandiere, portachiavi e custodie per cellulari.** (10/2003)
- **DEVTEX** - Tel. 0090/212/4934138 - Fax 0090/212/4934139 - E-mail: info@jasminelingerie.com - contattare Akif Ozkok
Offre **biancheria intima.** (10/2003)
- **MINI MONEY LTD. STI.** - Tel. 0090/312/4241394 - Fax 0090/312/4241395 - E-mail: Minimoney@minimoney.com.tr - contattare Fikret Savural - Internet: www.minimoney.com.tr
Offre **biancheria intima.** (10/2003)
- **GUNAY KONFEKSYON LTD. STI.** - E-mail: tuncaersin@yahoo.com
Offre **camice da notte, pigiama, tute, T-shirt ed abbigliamento sportivo per uomo donna e bambino.** (10/2003)
- **GULECLER LTD. STI.** - Tel. 0090/312/8475370 - Fax 0090/312/8475373 - E-mail: agulec@gulecler.com.tr - Internet: www.gulecler.com.tr - contattare Ali Gulec
Offre **calze.** (10/2003)

- **NES SOCKS** - Vatan Mah. Ciftehavuzlar Cad. N:74 - 34160 Istanbul - Tel. 0090/212/5676331 - Fax 0090/212/5445075 - E-mail: info@nessocks.com - contattare Izzet Barokas - Internet: www.nessocks.com
Offre **calze.** (10/2003)
- **CEDID CORAPCILIK** - Tel. 0090/212/4241217 - Fax 0090/212/5922456 - E-mail: info@cedid.com.tr - contattare Suleyman Sevim - Internet: www.cedid.com.tr
Offre **calze.** (10/2003)
- **HOBBY SOCKS** - Tel. 0090/212/6894400 - Fax 0090/212/6890048 - E-mail: ihracat@hobby.com - contattare Tugce Iyikulah
Offre **calze.** (10/2003)
- **ODALL TEKSTIL** - Tel. 0090/212/6744926/27 - Fax 0090/212/6744928 - E-mail: Odall@sistemd.com - contattare Tolga Yildiz
Offre **calze.** (10/2003)
- **PLUS SOCKS** - E-mail: plussocks@plussocks.com - contattare Osman Kok
Offre **calze.** (10/2003)
- **ARI TEKSTIL LTD. STI.** - Murselpasa Bulv. No: 52 - 35210 Kahramanlar, Izmir - Tel. 0090/232/4253553 - Fax 0090/232/4253136 - E-mail: Arigiyim@arigiyim.com / abdulakumru@hotmail.com - contattare Abdullah Kumru - Internet: www.arigiyim.com
Offre **camicie.** (10/2003)
- **UZTEX A.S.** - UZ Plaza Necatibey Bul. N:6/5 - Izmir - Tel. 0090/232/4459920 - Fax 0090/232/4459925 - E-mail: skoser@uztex.com
Offre **confezioni uomo donna.** (10/2003)
- **NETO FERMUAR** - Sanayi Mah. Sancakli Cad. No: 6 Gungoren - Istanbul - Tel. 0090/212/6421354 - Fax 0090/212/6421358 - E-mail: necatt@anet.net.tr - Contattare Banu Cakaloz - Internet: www.neto.com.tr
Offre **chiusure lampo, parti ed accessori per chiusure lampo.** (10/2003)
- **ZAFER ERKAL** - Tel. 0090/212/2121580 - E-mail: Mehmetcik35@mynet.com - contattare Zafer Erkal
Offre **PELLI grezze e/o conciate, confezioni in pelle uomo donna, pellicce e accessori in pelle.** (10/2003)
- **SEBATA ALYASAN AYAKKABICILIK** - Tel. 0090/212/6436590 - Fax 0090/212/6436593 - E-mail: sibel@sebata.com - contattare Sibel Demirci - Internet: www.sebata.com
Offre **calzature in pelle.** (10/2003)
- **ANCESTER LTD. STI.** - 15. Sok. No: 12 Adatepe Buca - Izmir - Tel. 0090/232/4408157 - Fax 0090/232/4408157 - E-mail: Hilmip2001@yahoo.com - contattare Hilmi Parlak
Offre **calzature.** (10/2003)
- **ONSOY LTD. STI.** - Tel. 0090/312/4427785 - Fax 0090/312/4427786 - E-mail: erol@onsoy.com.tr - contattare Bulent Erol - Internet: www.onsoy.com.tr
Offre **suole e tacchi di cuoio per calzature in pelle.** (10/2003)
- **EXTER DERI LTD. STI.** - Fax 0090/212/6138591 - E-mail: exter@exterderi.com - contattare Seyfettin Tergan
Offre **borse, borsette, valigette in cuoio e pelle e accessori per pelletteria.** (10/2003)
- **EMEK DERI LTD. STI.** - Humaniz Mevki Yeni Tabakhaneler 71 Nolu Sok. No: 13 - Gaziantep - Tel. 0090/342/2272155 - E-mail: emekderi@hotmail.com - contattare Ayhan Saglam
Offre **cinture, finimenti e foderi in cuoio.** (10/2003)
- **AROMEL A.S.** - Tel. 0090/216/4259700 o 4259190 - Fax 0090/216/4259745 - E-mail: Zafer.hastekin@aromel.com.tr - contattare Zafer Hastekin
Offre **prodotti cosmetici.** (10/2003)

- **OKYANUS ITH. IHR.** - Zumurut Mh.2047 Sok 3/12 Denizli - E-mail: oceand@superonline.com - contattare Ahmet Gunal
Offre **prodotti cosmetici e per l'igiene intima di origine biologica.** (10/2003)
- **YEDITAS LTD. STI.** - Sahrayicedid Semsettin Gunaltay Cad. Tuccarbasi Apt. No: 232 Duk:25 Erenkoy - Istanbul - Tel. 0090/216/3681436 - Fax 0090/216/3500419 - E-mail: info@yeditas.com - Internet: www.yeditas.com - contattare Zehra Arslan
Offre **prodotti per oreficeria e gioielleria.** (10/2003)
- **DIPLOMA DIS TICARET** - Diplomat Dis Ticaret 16 Sk. N:1 K:2 - Izmir - Tel. 0090/232/2514020 - Fax 0090/232/2513775 - E-mail: diplomatdiplomat@superonline.com - contattare Derya Var
Offre **gioielli in argento.** (10/2003)
- **HISAR A.S.** - Tel. 0090/212/5963040 - Fax 0090/212/2963038 - E-mail: Cbasar@hisar.com.tr / export@hisar.com.tr - contattare Cem Basar
Offre **accessori per la cucina in acciaio inox (posate, pentolame, ecc.) e in pietra.** (10/2003)
- **AKER LTD. STI.** - E-mail: yilmazsoner@superonline.com - contattare Soner Yilmaz
Offre **accessori per la cucina.** (10/2003)
- **CICEKSAN A.S.** - Tel. 0090/232/2814014 - Fax 0090/232/2814716 - E-mail: asliscim@ciceksan.com - contattare Asli Sicim
Offre **accessori e articoli da regalo per la casa; articoli per la cucina in alluminio; parabole per ricevitori satellitari; accessori per mobili in alluminio (gambe, sedute, ecc.)** (10/2003)
- **UKINOX KITCHEN SYSTEMS** - Tel. 0090/212/2105063 - Fax 0090/212/2206051 - E-mail: Info@ukinox.com - Internet: www.ukinox.com - contattare Yavuz Hocaoglu
Offre **accessori per la cucina, lavandini, accessori per il bagno in acciaio inox.** (10/2003)
- **POLY BAG PACKAGING** - Tel. 0090/216/4657150 - Fax 0090/216/4657149 - E-mail: erkan@polybag.gen.tr - contattare Erkan Sevim - Internet: www.polybag.com.tr
Offre **sacchi e buste in polipropilene.** (10/2003)
- **DUKAS AMBALAJ** - Tel. 0090/212/7710834 - Fax 0090/212/7710835 - E-mail: info@dukasbag.com - Internet: www.dukasbag.com
Offre **sacchi in PP e Big Bag.** (10/2003)
- **ISIK PLASTIK A.S.** - Policam Gebze Organize Sanayi Bolgesi Ihsan Dede Cad. 100 Sk. Kocaeli - Tel. 0090/262/7512235 - Fax 0090/262/7511913 - E-mail: ayse@isikplastik.com.tr - contattare Ayse Boyet - Internet: www. Isikplastik.com.tr
Offre **lastre in policarbonato e polipropilene.** (10/2003)
- **A.S.T. KIMYA LTD. STI.** - Ulubatli Hasan Bulvari No: 81 - Bursa - Tel. 0090/224/2511151 - Fax 0090/224/2540138 - E-mail: Info@astkimya.com - Internet: http://www.astkimya.com - contattare Cem Kaleli
Offre **agente anti-schiumogeno.** (10/2003)
- **KOLAGOM A.S.** - Tel. 0090/216/5613697/98 - Fax 0090/216/3110641 - E-mail: Nazli-hepyaz@kolagom.com - Internet: www.kolagom.com - contattare Nazli Hepyaz
Offre **adesivi ignifughi.** (10/2003)
- **ANADOLU KIMYA LTD. STI.** - Tel. 0090/212/8757750-8757751 - Fax 0090/212/8750822 - E-mail: anadolukim@e-kolay.net - Internet: www.anadolukimya.com - contattare Canan Ardahanlioglu
Offre **paste di pigmenti colorati, colori fluorescenti e coloranti a base di acqua per l'industria tessile.** (10/2003)