



Per la manutenzione degli impianti termici autonomi ecco il contratto tipo della CCIAA di Roma

La diffusione sempre più ampia degli impianti termici autonomi ed alternativi a quelli condominiali e centralizzati ha seguito, in questi ultimi quindici anni, l'incremento del mercato delle nuove costruzioni di tipo residenziale. Anche laddove esistono impianti centralizzati non sono mancate spinte alla creazione di impianti autonomi, sia per contenere le spese che per evitare di accordarsi con gli altri condomini circa tempi ed orari di accensione e spegnimento delle macchine. Di conseguenza il tema della manutenzione dei suddetti impianti ha acquisito una progressiva e crescente importanza, soprattutto nei confronti dei consumatori che, pur generalmente privi di competenze tecniche, si ritrovano ad essere responsabili della sicurezza e delle emissioni degli impianti da essi utilizzati. Nel contempo

i consumatori sono comunque tutelati dalla normativa che trova applicazione ogni volta in cui concludono un qualsiasi affare con un soggetto imprenditoriale o professionale, ossia il Codice del consumo. Ne deriva, quindi, la necessità di contemperare diverse esigenze sia tecnico/normative che economiche, a fronte di un mercato che ha registrato una notevole crescita. Come per gli altri analoghi documenti elaborati dalla CCIAA di Roma, il contratto tipo si prefigge di prevenire l'insorgere di controversie giudiziarie che, per i loro costi e tempi lunghi, possono causare danni all'attività d'impresa. Tuttavia, nel caso in cui la controversia si determini ugualmente, è stata approntata un'apposita clausola che consente di far ricorso ad un metodo alternativo di risoluzione, caratterizzato da tempi e costi

contenuti. Si tratta della conciliazione o mediazione, grazie alla quale, attraverso l'intervento di un soggetto terzo e qualificato, si cerca di pervenire ad un accordo preventivo che eviti la controversia. Tale strumento si rende particolarmente utile ad esempio laddove, come talvolta è accaduto in passato, un impianto sia stato trasformato da centralizzato ad individuale e tale evento abbia causato controversie tra utilizzatori e condomini che abbiano finito con il coinvolgere anche i rapporti contrattuali tra utilizzatori medesimi ed imprese di manutenzione. Attraverso la disciplina contrattuale di questi servizi la Camera di Commercio di Roma, anche su richiesta delle associazioni interessate, mira a fornire un contributo all'affidabilità e all'efficienza agli operatori del settore. Pa-

rallelamente, l'obiettivo è quello di offrire uno strumento che aiuti i consumatori a mantenere gli standard di sicurezza, risparmio energetico ed impatto ambientale dei propri impianti attraverso testi contrattuali che preservino le tutele ad essi garantite dalla legge. Infine, questo contratto rappresenta il punto di arrivo volto a completare l'analogo lavoro svolto, nel 2008, per gli impianti termici condominiali e centralizzati. Il testo del contratto tipo può essere scaricato gratuitamente consultando il sito web dell'Istituzione alla pagina www.rm.camcom.it/contrattualistica

informazioni
lu-ve 9-12,30 e 13,30-15,
Tel. 0652082760/2772/2773,
Fax 0652082780,
regolazione.mercato@rm.camcom.it,
www.rm.camcom.it,
www.registroimprese.it

AI LETTORI

ROMACREA NOTIZIE: DA CARTACEO A EDIZIONE ON LINE

RomaCrea Notizie diventa newsletter on line. Tutte le imprese di Roma e provincia interessate e regolarmente iscritte alla CCIAA di Roma possono ricevere, via mail, RomaCrea Notizie Flash. Una newsletter, utile e di facile consultazione, sulle principali attività del sistema camerale, delle organizzazioni della rappresentanza imprenditoriale e più in generale sul sistema economico del nostro territorio.

RomaCrea Notizie, dunque, mantiene i suoi contenuti, ma cambia pelle e da edizione cartacea si trasforma in newsletter on line a cadenza mensile (prossima uscita il 24 gennaio).

Per questo motivo tutte le imprese interessate a ricevere in futuro RomaCrea Notizie Flash, devono registrarsi all'indirizzo internet www.romacreanotizie.it.

Ricordiamo che RomaCrea Notizie, fin dal suo primo numero, lo si può leggere o scaricare in versione ".pdf" dal sito della CCIAA di Roma all'indirizzo www.romacreanotizie.it. Allo stesso indirizzo è possibile prendere visione dell'informativa sul trattamento dei dati personali di cui all'art. 13 del d.lgs 196/03.

Per ulteriori informazioni è possibile contattare la redazione all'e-mail romacreanotizie@assetcamera.it.

Per fare impresa basta un clic

Un portale dedicato ai più giovani che vogliono mettersi in proprio



I giovani che da grandi vogliono fare gli imprenditori hanno un nuovo strumento telematico per avere tutte le informazioni necessarie: conoscere le leggi di riferimento e le possibilità di finanziamento, sapere quali licenze chiedere, consultare una guida on line per fare il business plan. Tutto questo grazie a "Giovane impresa" (www.giovanimpresa.it), ovvero il nome del portale presentato recentemente a Palazzo Chigi. Il portale è stato realizzato con la collaborazio-

ne dei giovani di Confindustria, Confapi, Cna, Confcommercio, Confartigianato e Confagricoltura. Target di riferimento sono le persone tra i 18 e i 35 anni, che potranno sia consultare Giovane Impresa sia interagire con altri utenti in un apposito forum e porre domande agli esperti delle associazioni imprenditoriali che provvederanno a rispondere. Il portale è strutturato in sei aree che vanno a creare un percorso informativo in grado di accompagnare il giovane nelle fasi fon-

damentali della vita di un'impresa, dalla nascita al successivo sviluppo, affrontando, in un'ideale sequenza logica, aspetti relativi alla scelta della forma giuridica, al rapporto tra impresa e fisco, al diritto del lavoro, per passare ad aspetti più pragmatici, relativi ai regimi autorizzatori delle diverse attività economiche, alla progettazione d'impresa e alla sfera dei finanziamenti pubblici. Il portale Giovane Impresa vuole essere uno strumento dinamico, in continuo aggiornamento e aperto al contributo costruttivo degli utenti, che possono contribuire a migliorare il portale segnalando eventuali inesattezze nei testi, malfunzionamenti nella navigazione e suggerendo contenuti da inserire. I contenuti sono liberamente consultabili, con la sola eccezione per l'area "licenze e autorizzazione", per la quale è richiesta la registrazione ■

Prezzi edili, pronto il volume

La versione digitale favorisce una lettura più veloce e pratica

È disponibile l'edizione del volume "Prezzi dei materiali e delle opere edili in Roma" n. 1-2010 nella versione in formato digitale, studiato per fornire uno strumento che risponda maggiormente alle esigenze di una consultazione più veloce e pratica. La pubblicazione risulta invariata nella struttura, ma riporta i consueti aggiornamenti delle quotazioni dei vari capitoli. Presenta, inoltre, un ulteriore miglioramento delle voci inserite nei paragrafi relativi agli impianti di riscaldamento, sia per nuova costruzione che per manutenzione e ristrutturazione, con la rilevazione di soluzioni a basso impatto ambientale. Il costo di un singolo volume è di 20 euro da pagare tramite versamento su bollettino postale c/c n. 55947006 intestato a C.C.I.A.A. di Roma - Via de' bur-

rò, 147 - 00186 Roma; bollettino che dovrà essere inviato via fax o via e-mail per ricevere poi copia della pubblicazione tramite posta elettronica ■

Informazioni
Servizio Prezzi, CCIAA di Roma,
lu-ve 8.45-12.30, 13.30-15,
Tel. 0652082716/2063,
Fax 0652082222,
giovanni.dandreta@rm.camcom.it,
francesco.manca@rm.camcom.it

Informativa su banca dati redazionale

La Camera di Commercio di Roma, editore della rivista RomaCrea Notizie, in osservanza del decreto legislativo 196/03 e del Codice di Deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'ambito della attività giornalistica, informa tutti i soggetti interessati che la redazione della rivista è assistita da una banca dati redazionale contenente dati personali multimediali relativi a soggetti del mondo economico, politico e della cultura. I suddetti dati sono raccolti in occasione

di convegni, pubbliche manifestazioni e altri analoghi avvenimenti nell'ambito della attività giornalistica e per gli scopi propri di tale attività. L'accesso alla banca dati è consentito unicamente ai dipendenti e collaboratori incaricati della redazione della rivista e dell'Ufficio Stampa della Camera di Commercio. I soggetti interessati possono esercitare i diritti di cui al titolo II del decreto legislativo 196/03 rivolgendosi ad Asset Camera, Azienda speciale della Camera di Commercio di Roma.

Domanda e offerta da incrociare

L'Irifi si è aggiudicato "Smart Kn" un progetto europeo che vuole fare incontrare le esigenze professionali delle aziende con l'offerta di lavoro presente sul mercato

L'Irifi è una delle venti aziende italiane che in agosto si è aggiudicata un progetto europeo Leonardo denominato Smart Kn. L'iniziativa prende le mosse dalla considerazione che nel nostro paese è difficile far incontrare la domanda di figure professionali da parte delle imprese e la relativa offerta.

I Centri per l'Impiego garantiscono un apporto limitato, nonostante siano presenti su tutto il territorio nazionale con uffici e un numero rilevante di addetti, le società di lavoro interinale sono una realtà di rilievo, con risultati apprezzabili, ma la gran parte di chi trova un lavoro segue vie informali: amici, parenti, annunci, passaparola.

In Irifi si è pensato di costruire un sistema informatizzato sperimentale per raccogliere la domanda di fabbisogni occupazionali delle imprese e metterla in connessione con banche dati esistenti di offerta di lavoro qualificato. Il sistema, denominato Kn, è basato su una architettura informatica con un sistema centrale in Irifi e i terminali di rilevazione in alcune associazioni di categoria che hanno aderito all'iniziativa (Acai, Confartigianato, Confcooperative, Federlazio, Lega Cooperative, Uir) per raccogliere i dati direttamente tra imprese associate. È già stata completata in giugno una prima fase di sperimentazione ed è ora in corso un aggiornamento degli applicativi software. Kn ha anche un secondo, importante, obiet-

tivo: far emergere gli skill effettivamente richiesti dal mondo delle imprese per riorientare la formazione verso programmi che favoriscano quanti sono alla ricerca di un'occupazione stabile o intendano rafforzare la loro posizione lavorativa.

Il progetto Leonardo, Smart Kn, intende ampliare Kn mettendolo a confronto con progetti simili o allo studio in alcuni paesi europei anche sfruttando i progressi che stanno facendo le università pubbliche romane con il loro sistema Soul, che raccoglie in un data base i curricula dei neolaureati per metterli in rete e garantire una informazione strutturata alle imprese alla ricerca di risorse qualificate.

Quantità e qualità

La politica europea per il lavoro è sempre più a favore di una ricerca di metodi innovativi per il perseguimento di obiettivi non puramente quantitativi, ma anche qualitativi; se da un lato si pone il problema dell'aumento dell'occupazione, dall'altro segnala l'importanza di elevare le competenze professionali, di farle corrispondere con un inserimento adeguato nel mondo del lavoro. Risulta pertanto necessario sviluppare sistemi, che utilizzando le moderne tecnologie informatiche, diano la possibilità di reperire informazioni da un lato sulle richieste delle aziende in termini di precise competenze professionali, dall'altro delle offerte di competenze di coloro che sono in cerca di occupazione.

L'Irifi, insieme ad importanti associazioni di categoria della provincia di Roma, ha progettato e realizzato un sistema finalizzato utilizzando moderne tecnologie informatiche con architettura *open source*.

Il progetto Kn è strutturato nel modo seguente: **a)** rilevamento delle domande di competenze provenienti dalle imprese; **b)** rilevamento delle competenze offerte dal mercato del lavoro; **c)** analisi delle tendenze evolutive delle necessità formative.

Nel corso del 2009 il sistema è stato realizzato e posto in operatività sperimentale con la raccolta, da parte delle associazioni di categoria, delle domande di competenze provenienti da un primo numero di aziende della provincia di Roma.

Nel 2010 Irifi ha proposto il sistema Kn, ridenominato a livello europeo Smart Kn (*Skills Matching and Route for Training - Knowledge Network*), nell'ambito del Programma Leonardo Da Vinci per il trasferimento dei sistemi innovativi (TOI) tra i diversi paesi dell'Unione europea.

Alla proposta dell'Irifi hanno aderito: **1)** Soul (Sistema Orientamento Università Lavoro - il placement service delle quattro Università pubbliche di Roma); **2)** il Centro per l'Impiego di Madrid; **3)** la Camera di commercio di Cracovia; **4)** l'Organizzazione ellenica per le piccole e medie imprese e l'azienda Omega Technology di Atene; **5)** l'Università Latvia di Riga. La proposta per una internazionalizzazione

di Kn è stata accolta e finanziata dagli organismi europei. Nei prossimi due anni si procederà pertanto al riuso ed all'adattamento di Kn nei paesi partecipanti all'iniziativa.

I principali obiettivi di Smart Kn sono: **1)** il trasferimento e la validazione di Kn a livello EU come strumento software per analizzare i divari delle competenze richieste ed offerte e per pianificare la formazione professionale; **2)** creare uno strumento pan-europeo, localizzato a seconda dei diversi paesi, per descrivere le competenze in modo trasparente e trasferibile; **3)** offrire il software in dominio pubblico e stabilire una rete di servizi a supporto di Kn.

Fabbisogno formativo

Smart Kn si propone di sviluppare un ambiente di riferimento per collegare, a livello nazionale e a livello europeo, il mondo della formazione con quello del lavoro e di fornire un insieme di strumenti per i processi connessi con il rilevamento delle tendenze del fabbisogno formativo.

Si tenga presente che nel 2010 è stato avviato un programma per l'evoluzione di Kn sulla base dei risultati conseguiti durante la sperimentazione del 2009; questa evoluzione tiene in considerazione le prospettive europee di Smart Kn ■

Informazioni

Irifi
Via Capitan Bavastro 116,
00154 Roma
Tel. 06571171 - 065711731,
Fax 065779102,
info@irfi.it, www.irfi.it

Il partner commerciale? Me lo trovo in Europa

Business Cooperation Database (BCD): ecco uno strumento per far crescere le imprese



La Camera di Commercio di Roma - Area Promozione e Sviluppo, nell'ambito dell'attiva collaborazione esistente con Unioncamere Lazio con riferimento ai servizi per l'internazionalizzazione delle imprese, segnala una nuova opportunità offerta dalla rete "Enterprise Europe Network", la nuova rete europea nata per aiutare le Pmi a sviluppare il loro potenziale innovativo e a sensibilizzarle sulle politiche della Commissione Europea, rete di cui Unioncamere Lazio è uno dei nodi ufficiali.

Il Business Cooperation Database (BCD) consiste in uno specifico database voluto e creato dalla Commissione per promuovere l'incontro tra offerta e domanda di cooperazione internazionale, favorendo la ricerca di nuovi partner commerciali in Europa.

Attraverso questo servizio, a cui hanno accesso i membri della rete Enterprise Europe Network dell'Unione europea e di numerosi Paesi Terzi, vengono gesti-

te tutte le opportunità di ricerca partner per accordi di natura commerciale, tecnico-produttiva e finanziaria.

Le proposte di cooperazione internazionale delle imprese locali vengono inserite nel database e pubblicate nei singoli Paesi dagli uffici corrispondenti utilizzando diversi mezzi di promozione quali giornali specializzati, riviste, bollettini, banche dati on line, internet, e qualsiasi altro strumento in grado di garantire una più larga diffusione.

Successivamente, in seguito alla richiesta da parte dell'eventuale partner estero, vengono fornite tutte le informazioni, relative all'impresa locale, necessarie per avviare un contatto diretto ed una partnership internazionale.

Per scaricare il modulo relativo a questo servizio è possibile collegarsi al sito internet di Unioncamere Lazio (www.unioncamerelazio.it) e poi cliccare al link "Enterprise Europe Network" ■

Informazioni

een@unioncamerelazio.it,
attivita.promozionali@rm.camcom.it

WWW.RM.CAMCOM.IT
LA CAMERA DI COMMERCIO
A PORTATA DI MOUSE



Scopri il nuovo sito della Camera di Commercio di Roma.

Una home page più ricca di contenuti, una navigazione veloce e immediata per trovare le informazioni utili a realizzare le tue idee imprenditoriali. Tutte le notizie sugli eventi e le iniziative che contribuiscono a muovere l'economia del nostro territorio. In più nuovi servizi facilmente accessibili on line, come il sistema di ricerca dei mediatori immobiliari iscritti all'albo.


Sosteniamo lo sviluppo anche dal web.

La via della conciliazione è sempre più battuta Una controversia su due trova la risoluzione

Più che soddisfacente il bilancio dello strumento gestito dalle varie Camere di Commercio. Nel primo semestre del 2010 oltre 10mila le pratiche evase, oltre la metà chiuse in 2 mesi

In meno di due mesi, più di una controversia su due trova risoluzione. E non soltanto per il vestito maltrattato dalla tintoria o per la vacanza andata in fumo, ma anche per dispute dal valore economico consistente, quali quelle nelle quali talvolta possono incappare soprattutto le imprese nei loro rapporti con i fornitori. È quanto evidenzia l'analisi dell'attività di conciliazione condotta dalle Camere di Commercio nei primi sei mesi del 2010, resa nota recentemente nell'ambito del convegno "Dalla conciliazione alla mediazione. Esperienze a confronto", organizzato da Unioncamere, quale evento nazionale della 7ª Settimana di promozione dei servizi di conciliazione delle Camere di Commercio. L'iniziativa si è articolata su tutto il territorio nazionale dal 18 al 24 ottobre scorso, periodo nel corso del quale le 105 Camere di Commercio italiane hanno organizzato momenti di incontro e di dialogo

con i soggetti istituzionali, associativi, economici e appartenenti al mondo delle professioni, per diffondere le informazioni sulle potenzialità di questo tipo di giustizia alternativa.

Se il bilancio complessivo delle conciliazioni, gestite dalle Camere di Commercio nel primo semestre 2010, si allinea a quanto registrato negli ultimi due anni (oltre 10mila i procedimenti giunti ai servizi camerati), continua a crescere la percentuale di controversie risolte con un accordo tra le parti (il 55%) concluso mediamente in 57 giorni ed aumenta in maniera considerevole il valore medio dei procedimenti, che arriva a superare i 21mila euro (contro i 12mila del I semestre 2009), in virtù proprio del maggior ricorso delle imprese alla conciliazione. Infatti, crescono di quasi il 10% le domande riguardanti dispute tra imprese (poco più di 2.500 contro le 2.284 dello stesso periodo dell'anno scorso), mentre si riducono di circa il 5%

quelle inerenti controversie tra consumatori e aziende.

I dati del I semestre 2010

Sono 10.143 le conciliazioni gestite dalle Camere di Commercio tra il 1° gennaio ed il 30 giugno di quest'anno, il 55% delle quali ha trovato una conclusione in media entro 57 giorni. Di queste, 2.503 hanno riguardato controversie insorte tra imprese (il 10% in più rispetto al 2009) e 7.640 (in lieve riduzione rispetto allo scorso anno) tra imprese e consumatori. In più 10 anni di attivazione del servizio, risultano così oltre 80mila le conciliazioni gestite dalle Camere di Commercio.

Il valore medio delle procedure concluse nei primi sei mesi dell'anno è stato di 21.476 euro, con un incremento notevole rispetto ai 12.160 euro del 2009. Per quanto riguarda le controversie tra imprese, il valore medio è stato di 23.071 euro (contro i 78.195 del corrispondente periodo del 2009) e la durata media di 59 giorni (contro i 49

nel 2009). Quelle tra imprese e consumatori hanno avuto un valore medio di 10.405 euro (nei primi sei mesi del 2008 era stato di 3.167) e una durata media di 53 giorni (contro 51).

È sempre la Campania, con Napoli, Caserta, Salerno, Benevento ed Avellino ai primissimi posti della classifica, la regione che concentra il maggior numero di conciliazioni effettuate dagli Sportelli camerati: oltre 3.700 i procedimenti nella regione nei primi sei mesi del 2010. Alle spalle della Campania si incontra la Sicilia (oltre 1.300 le domande presentate nell'isola), con Palermo, Messina e Catania che "tallonano" le province campane. Con oltre 6mila conciliazioni, il Mezzogiorno si conferma l'area del Paese nella quale è più diffuso il ricorso a questa procedura extragiudiziale di composizione delle controversie. Segue il Centro, con 1.778 conciliazioni gestite, quindi il Nord-Ovest (1.048) e il Nord-Est (946) ■

Il terziario avanzato in provincia di Roma

Publicata la ricerca sul portale della CCIAA Roma. Uno studio sulla realtà attuale e tendenze future



La pubblicazione del volume "Il terziario avanzato in provincia di Roma" si inserisce tra le iniziative promosse dalla CCIAA di Roma mediante il proprio Ufficio Studi, responsabile della supervisione del progetto curato dalla SWG di Trieste.

La ricerca si è articolata in due fasi: 1) una prima fase desk, in cui è stato illustrato il quadro delle dinamiche recenti del terziario avanzato a Roma, anche in confronto con quanto accaduto nel resto del Paese, ponendo particolare attenzione alla peculiare articolazione del terziario avanzato provinciale; 2) un'indagine qualitativa che si è concentrata sull'ascolto della voce diretta dei protagonisti, attraverso interviste in profondità a 25 imprenditori romani, esplorando tematiche quali, ad esempio, le difficoltà che limitano lo sviluppo del settore, gli ambiti che possono evolvere e le eventuali politiche di incentivo, l'internazionalizzazione o i rapporti con il mondo del credito.

La ricerca, inoltre, ha verificato quanto il processo di sviluppo e riconoscimento dell'identità settoriale trovi alimento dalla possibilità di far leva su due punti

di forza del territorio: la città di Roma, quale vetrina internazionale, e la presenza di importanti nodi infrastrutturali.

L'iniziativa, infine, non solo ha inteso illustrare le specificità e le problematiche del settore, ma, in modo dialettico e funzionale, ha provato a verificare anche il legame esistente tra il terziario avanzato e il comparto industriale, indagando se - e in quale misura - le imprese del terziario avanzato siano sorte come risposta ad un'opportunità di business derivante dalla richiesta di servizi innovativi da parte del settore secondario. Dalla ricerca emerge anche un primo quadro sulle dinamiche future, con indicazioni per le possibili strategie di sviluppo del settore.

La ricerca può essere reperita tra le pubblicazioni monografiche nella sezione "Studi e ricerche" del sito istituzionale della CCIAA di Roma (<http://www.rm.camcom.it>) o, direttamente, effettuando il download della pubblicazione (in formato pdf) dalla pagina web: http://www.rm.camcom.it/archivio36_pubblicazioni_0_75_402_1.html ■

Le conciliazioni delle Camere di Commercio

ITALIA	TOTALE			Tra imprese		Tra imprese e consumatori			
	2010*	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
TOTALE	10.143	18.642	20.246	2.503	4.473	3.669	7.640	14.169	16.577

* i dati sono relativi al periodo 1° gennaio-30 giugno 2010

Fonte: Unioncamere

	Totale gestite nel I semestre*	di cui:		Totale concluse nel I semestre		di cui:		Totale concluse nel I semestre	% concluse su gestite		
		B2B	B2C	Valore medio*	Durata media**	B2B	B2C				
										Valore medio*	Durata media**
2010	10.143	2.503	7.640	21.476	57	23.071	59	10.405	53	5.580	55,0
2009	10.307	2.284	8.023	12.160	50	78.195	49	3.167	51	5.399	52,4
2008	10.722	2.015	8.707	29.348	56	58.277	58	10.921	55	4.105	38,4

* i dati sono relativi al periodo 1° gennaio-30 giugno 2010

(1) B2B indica le conciliazioni tra imprese e imprese (business to business) - (2) B2C indica le conciliazioni tra imprese e consumatori (business to consumer)

*Valori espressi in euro - ** Valori espressi in giorni

Fonte: Unioncamere

Progetti di trasferimento tecnologico a vantaggio delle imprese del territorio

Sono 34 le iniziative a favore delle Pmi per un valore economico di oltre 5,5 milioni di euro. Tra gli obiettivi prioritari, aumentare il grado di competitività e sostenere la ricerca

Trentaquattro progetti di trasferimento tecnologico, per un valore complessivo di oltre 5,5 milioni di euro, sono stati ammessi al cofinanziamento dalla Regione Lazio, nel quadro dell'avviso di procedura di evidenza pubblica "Sviluppo dell'innovazione tecnologica nel territorio regionale", ex art.182, comma 4 lettera c) della legge regionale n.4 del 28 aprile 2006, con l'obiettivo di generare un efficace sostegno alla ricerca e stimolare il trasferimento di tecnologie a favore delle piccole e medie imprese, per aumentare il grado di competitività del sistema produttivo e il livello di sviluppo economico e sociale regionale.

I settori di riferimento

I progetti, preselezionati e gestiti dal Consorzio TECNO.TIB.E.R.I.S. e dal Consorzio Tecnopolo di Castel Romano, strutture partecipate da Tecnopolo SpA e deputate alla realizzazione di attività di trasferimento tecnologico, si sviluppano nell'ambito dei settori ICT-Audiovisivo, Aerospaziale, Biotecnologie, Economia

dei servizi culturali, Energia, Meccanica, Economia del Mare. Gli ambiti progettuali di intervento riguardano prevalentemente lo sviluppo di prototipi, processi, metodologie, sistemi di monitoraggio e controllo, piattaforme, software, modelli sperimentali, dispositivi elettronici, finalizzati a sviluppare innovazioni pratiche ad uso delle aziende che operano nei settori menzionati.

Qualche esempio: in ambito energetico lo sviluppo di un processo innovativo finalizzato al riciclo dei pannelli solari fotovoltaici e lo sviluppo di una nuova metodologia per il controllo dello stato di degrado dei pali per l'illuminazione pubblica. Nel settore ICT la realizzazione di un sistema di puntamento automatico anticendio da montare sugli elicotteri e un software per l'elaborazione integrata dei dati sulla sicurezza nei luoghi di lavoro.

La realizzazione dei progetti si basa sulla collaborazione tra ciascuna azienda promotrice

del progetto imprenditoriale e un laboratorio/istituto di ricerca appositamente individuato che dovrà sviluppare l'innovazione proposta a vantaggio della stessa azienda.

Le azioni previste

La fase operativa di implementazione dei progetti, da realizzare necessariamente nell'arco temporale di massimo 36 mesi, vedrà nella pratica anche la realizzazione di azioni di monitoraggio tecnico-scientifico dei progetti imprenditoriali approvati, di diffusione delle informazioni utili per la divulgazione dei risultati prodotti nell'ambito degli stessi progetti innovativi approvati, a vantaggio di tutte le altre imprese del territorio.

I vantaggi effettivi diretti per le aziende ammesse al cofinanziamento, che contribuiranno alla realizzazione dei progetti con il 25% della loro forza-lavoro, e in definitiva per il territorio, riguardano dunque la possibilità di poter usufruire di un supporto effettivo per lo sviluppo di un'idea aziendale innovativa, altrimenti

non realizzabile senza il contributo regionale, nonché l'opportunità di venire comunque a conoscenza di soluzioni innovative utili all'attività imprenditoriale e alla collettività.

Vantaggi di cui potrebbe usufruire, in un prossimo futuro, anche un numero maggiore di progetti, se la Regione Lazio rifinanzierà, come annunciato in passato, la stessa tipologia di contributo e se lo stesso meccanismo di finanziamento sarà inserito in misure sostenute dai Fondi Strutturali dell'Unione Europea e non da sole fonti finanziarie regionali ■

Informazioni

Tecnopolo S.p.A.
Sede legale: Via dell'Umiltà, 48
00187 Roma,
Tel. 066791735/69920819,
Fax 066788991,
info@tecnopolo.it,
www.tecnopolo.it

Questo numero di RomaCrea Notizie è stato chiuso in redazione il 15/11/10

Le tante specialità della campagna romana valorizzate in un volume di cultura e sapori

L'Azienda Romana Mercati ha presentato al Salone del Gusto di Torino la Guida "Il Gusto di Roma, Biodiversità, Tradizione e Innovazione": 21 i prodotti selezionati, tra cui l'abbacchio e il pane giallo

Si è rinnovato il legame tra la Camera di Commercio di Roma e il Salone del Gusto di Torino, tradizionale kermesse enogastronomica di respiro internazionale che si è svolta dal 21 al 25 ottobre 2010. Anche quest'anno, infatti, la CCIAA di Roma, attraverso la sua Azienda Speciale per il settore agroalimentare ARM - Azienda Romana Mercati - ha partecipato all'importante manifestazione, giunta alla sua ottava edizione e che registra un costante aumento di pubblico ed espositori.

L'obiettivo principale dell'Istituzione Camerale è stato quello di far conoscere le produzioni tipiche e tradizionali romane al pubblico e agli addetti ai lavori, acquirenti e utilizzatori professionali. La volontà è stata quella di dare alle piccole e medie aziende agricole e artigianali del nostro territorio l'opportunità di farsi conoscere e apprezzare da un vasto pubblico attento alla cultura dell'enogastronomia, non solo con un'azione promozionale, ma anche tramite la presentazione di progetti innovativi e laboratori didattici.

Per tutta la durata del Salone, quindi, presso il Padiglione 3 (area espositiva R025-Q026), si è svolto un intenso programma di attività: dai laboratori riservati agli addetti ai lavori sulla biodiversità, alle degustazioni aperte al pubblico, agli incontri di approfondimento enogastronomico, tutti gestiti da Azienda Romana Mercati con la collaborazione di Slow Food, dell'Associazione Formaggi Storici e delle Strade del Vino e dell'Olio.

Temi e iniziative ripresi anche su www.romaincampagna.it, portale della Camera di Commercio di Roma dedicato al turismo enogastronomico di qualità. Uno strumento sempre aggiornato e facile da consultare che fornisce ai romani e ai turisti un punto di



riferimento per accedere alla ricchissima varietà di servizi e prodotti offerti dalle aziende della campagna romana e dove sono illustrati itinerari turistici di particolare rilievo. In particolare, la Strada dei Vini dei Castelli Romani per andare alla scoperta di una tradizione vinicola che vanta oltre tremila anni di storia, la Strada dell'Olio della Sabina, un viaggio del gusto che si snoda tra i più antichi oliveti italiani e la Strada dei Vini delle Terre Etrusco-Romane.

Dal broccolo al vitellone

Tra i prodotti esposti in degustazione, autentici "campioni" del gusto romano, merita una menzione il Broccolo Romanesco, la cui coltivazione è sempre stata molto diffusa, sin dai tempi più antichi. Oggi è largamente coltivato soprattutto nell'area dei Castelli Romani e ha come caratteristica principale il sapore estremamente delicato, capace di dare vita a piatti irrealizzabili senza la sua presenza, come la

pasta e broccoli in brodo di arzilla, uno delle ricette più popolari della cucina romana.

Spazio è stato inoltre dato alla Carne di Vitellone Maremmano, conosciuta e apprezzata fin dai tempi degli Etruschi: questa razza di vitellone, per le sue caratteristiche di forza e adattabilità all'ambiente, ha contraddistinto per secoli il paesaggio della maremma laziale, diffondendosi poi in gran parte nei territori della Toscana. I vitelloni, ancora oggi allevati allo stato brado in ettari di prati incontaminati, contribuiscono alla salvaguardia e alla valorizzazione di ambienti naturali e selvaggi. Caratteristica saliente della loro carne, il fatto di avere un bassissimo contenuto di grassi e un elevato contenuto di vitamina B e ferro.

Non sono mancate le degustazioni della Crema di Cacio e Pepe, crema adatta per portare in tavola un piatto storico e divertente della cucina romana: gli spaghetti cacio e pepe.

Curiosa la modalità di preparazione: la crema deve essere necessariamente preparata con il Pecorino Romano Dop e con del pepe nero di Rimbàs, prodotto nei pressi del fiume Rimbàs, in una zona interna e agricola della Malesia. Il pepe, tra l'altro, è un Presidio internazionale Slow Food sostenuto dalla Camera di Commercio di Roma nell'ambito del progetto PIPER (Pepe Ideale per i Prodotti di Eccellenza Romani) - mirato a mettere in contatto diretto i produttori di eccellenza romani con una comunità di coltivatori del pepe nero di Rimbàs.

Tra i formaggi storici di Roma, hanno ricevuto una particolare attenzione: il Pressato a mano e il Caciofiore della Campagna romana, la cui ricetta risale all'epoca dell'antica Roma. Il Caciofiore è un antenato del pecorino romano ed è realizzato immergendo nel latte ovino crudo il caglio ottenuto dal fiore di cardo selvatico raccolto nel periodo estivo.

Il Caciofiore della Campagna Romana è un Presidio Slowfood ed è stato inserito nei Laboratori del Gusto. Nella campagna romana, dove il cardo selvatico ha il suo habitat naturale, cinque produttori ne utilizzano il "fiore" come caglio e ripropongono pecorini a latte crudo dal sapore antico.

Nel quadro di una innovativa strategia di sviluppo, l'Azienda Romana Mercati (ARM) ha allo studio la produzione e la commercializzazione di alcuni prodotti speciali ad alto contenuto funzionale: al Salone, ad esempio, sono stati presentati una selezione di prodotti speciali da forno zero glutine per celiaci. Laboratori anche su prodotti innovativi derivati dal latte di pecora ad alto contenuto di acido linoleico coniugato ad azione anticancerogena e antiossidante e infine sull'olio Dop della Sabina, ricco di polifenoli e tocoferoli ad azione antiossidante contro l'invecchiamento cellulare.

Al Salone del Gusto, infine, la Camera di Commercio di Roma ha presentato la Guida "Il Gusto di Roma - Biodiversità, Tradizione e Innovazione", che contiene le caratteristiche e le ricette di quel prelibato paniere romanesco capace di offrire una testimonianza attuale di cultura e sapori secolari e che costituisce il segreto della tradizione culinaria di Roma e del suo territorio. I prodotti selezionati sono 21: per ognuno viene riportata una breve introduzione sulla storia e sulla tradizione, una scheda conoscitiva del prodotto e, per alcuni, una ricetta e i relativi abbinamenti. Tra questi l'abbacchio romano Igp, la ricotta romana Dop, il marrone di Segni, la pera spadona e il pane giallo di Tolfa e Allumiere ■

Informazioni

Camera di Commercio di Roma
Tel. 066781178,
www.rm.camcom.it,
www.campagnaromana.it

Arti e Mestieri vanno in Fiera

Al via la mostra mercato dell'artigianato e dell'enogastronomia



Dal 16 al 19 dicembre 2010 presso la Fiera di Roma apre la quinta edizione di Arti e Mestieri Expo mostra mercato dell'artigianato e dell'enogastronomia, che rappresenta ormai un appuntamento annuale nel programma degli eventi natalizi della Capitale, dedicato agli artigiani e alla valorizzazione dei loro mestieri, che nella precedente edizione ha accolto 50mila visitatori ed oltre 400 aziende.

Laboratori, piccole e medie imprese artigiane saranno in fiera non solo per presentare ed offrire prodotti e professionalità, ma anche per creare nuovi rapporti commerciali e professionali: Arti & Mestieri Expo è, infatti, un luogo ideale di incontro fra produttori e consumatori, dove far conoscere le varie realtà artigianali simbolo del "Made in Italy", realizzate con lavorazioni tradizionali ma al passo con le nuove tendenze e tecnologie.

Unioncamere Lazio in collaborazione con la Camera di Commercio di Roma e di Rieti, promuove, in un'area appositamente dedicata, la partecipazione dei Maestri artigiani del territorio regionale laziale con l'esposizione delle loro creazioni più caratteristiche: dalla ceramica all'abbigliamento, dall'oggettistica ai complementi d'arredo, dall'oreficeria ai manufatti artigianali, tutto rigorosamente "Made in Lazio".

Un ricco calendario di eventi, come ogni anno, completa la kermesse, con dimostrazioni dal vivo, degustazioni guidate, sfilate, incontri tematici. L'ingresso è gratuito ■

Desideri Preziosi 2010

Gli orafi chiamati a realizzare un gioiello ispirandosi alla parodia e ironia del Burlesque



La diciottesima edizione di Desideri Preziosi, mostra del prodotto artigiano d'oreficeria e argenteria di Roma e provincia, organizzata dalla Camera di Commercio Roma in collaborazione con la Cna e le altre associazioni di settore per incentivare e qualificare il settore, si tiene dal 3 all'8 dicembre 2010 (orario 10 - 22) presso il Tempio di Adriano in Piazza di Pietra a Roma. Gli orafi partecipanti all'edizione 2010, hanno

realizzato un gioiello ispirandosi alla parodia e all'ironia tipiche del Burlesque. Il riferimento che si è voluto perseguire è l'origine di questo fenomeno che si è manifestato sin dalla sua nascita come interpretazione satirica dello stile aristocratico; pertanto gli orafi hanno avuto la possibilità di esprimere la propria creatività attraverso la sperimentazione di colori e forme che rappresentano lo spirito ironico della vita ■

L'export laziale supera la crisi e riprende a correre

Unioncamere Lazio: nei primi 7 mesi dell'anno +18,8% rispetto allo stesso periodo del 2009

Bloom del "made in Lazio" a luglio 2010: +39,39% rispetto allo stesso mese del 2009. Un dato nettamente superiore alla media italiana che si è attestata al +12,41%. Grazie alla performance di luglio, il dato complessivo delle esportazioni regionali nei primi sette mesi del 2010 sale al +18,80% rispetto allo stesso periodo del 2009 (cfr. Italia +12,39%). La crescita dei primi sette mesi del 2010 spinge il valore dell'export regionale a 8,3 miliardi di euro con un incremento di oltre 1,3 miliardi di euro sullo stesso periodo 2009. I buoni risultati del 2010 portano la quota dell'export laziale sul totale nazionale al 4,28% in aumento rispetto al 4,05% dei primi sette mesi del 2009.

La crescita dell'export laziale, comunque, non deve far dimenticare che in termini assoluti il Lazio registra valori inferiori alle principali regioni esportatrici italiane che sono Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna. A livello nazionale il valore complessivo delle esportazioni di merci è aumentato del 12,39% rispetto allo stesso periodo del 2009, passando da circa 173 mi-

liardi di euro a circa 195 miliardi di euro. Questi, in estrema sintesi, i principali risultati che emergono dallo studio dell'Osservatorio sull'internazionalizzazione del Lazio, realizzato da Unioncamere Lazio e Università LUISS "Guido Carli".

Per analizzare i dati nel dettaglio (settori merceologici, mercati di sbocco e province), il periodo di riferimento per il quale sono disponibili questi approfondimenti è il primo semestre 2010.

Dall'analisi dell'export laziale per settori merceologici si evidenzia che, nel primo semestre 2010, il settore più competitivo sui mercati internazionali è stato quello degli articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici, comparto che da solo rappresenta il 29,42% dell'export laziale, per un valore totale che supera i 2 miliardi di euro, in aumento del 30,60% rispetto allo stesso periodo del 2009.

Altri due settori molto rilevanti per l'export regionale sono: sostanze e prodotti chimici e coke e prodotti petroliferi raffinati, con una quota rispettivamente del 12,49% e del 10,58% sul totale dell'export del Lazio. Questi

due settori insieme generano circa 1,6 miliardi di euro di export. L'Unione Europea a 27 costituisce la principale macro-area di destinazione per tutte le province laziali; è Rieti a registrare la maggiore concentrazione dell'export in questo mercato, con una percentuale dell'84,59% del totale delle merci vendute all'estero. Il secondo mercato più rilevante per Frosinone, Rieti e Viterbo è invece costituito dai Paesi europei non UE, che assorbono rispettivamente il 5,29%, il 3,63% e l'11,22% dell'export provinciale. Latina, invece, si posiziona molto bene in Asia Orientale, dove realizza il 13,49% delle sue esportazioni nei primi sei mesi del 2010, mentre per Roma, il secondo principale mercato di sbocco è costituito dall'America Settentrionale (13,64%).

I risultati del 2009

Il 2009 è stato un anno piuttosto negativo per la performance commerciale italiana: il valore delle merci nazionali vendute all'estero è diminuito del 21,20% rispetto al 2008, passando da circa 369 miliardi di euro a circa 291 miliardi di euro.

Per effetto della crisi, anche il Lazio nel 2009 ha visto ridurre il valore delle proprie esportazioni, con una variazione del -18,86% rispetto all'anno precedente.

Nel 2009 tutte le province laziali hanno registrato una riduzione abbastanza consistente delle proprie esportazioni rispetto al 2008: Roma (-23,20%), Latina (-12,85%), Viterbo (-26,01%), Frosinone (-10,93%) e Rieti (-41,21%).

Il principale mercato di sbocco delle esportazioni laziali nel 2009 è stata l'Unione Europea a 27, un'area che ha assorbito la quasi totalità dell'export della provincia di Rieti (83,43%) e Frosinone (76,54%), ma che ha avuto un peso di rilievo anche per le esportazioni di Latina (68,69%), Viterbo (57,90%) e Roma (44,56%).

Sia per Frosinone che per Viterbo, i Paesi europei non UE hanno rappresentato il secondo bacino di destinazione delle merci vendute all'estero, con un peso percentuale rispettivamente di 8,27% e 11,65% del loro export totale ■

Informazioni

www.unioncamerelazio.it

L'imprenditoria italiana è sempre meno "verde", negli ultimi 8 anni meno under 30 e più over 70

Unioncamere: solo il 6,3% dei manager ha meno di 30 anni. Enna la provincia più "junior", Caltanissetta la più "senior"

Diminuiscono gli "under 30" e aumentano gli "over 70" alla testa delle imprese italiane. Si alza l'età media della popolazione, genitori e nonni restano in sella dell'azienda di famiglia più a lungo, i tempi di uscita dall'università si allungano e trovare un imprenditore con meno di trent'anni è diventato più difficile. A distanza di otto anni (tra la fine di giugno del 2002 e la fine dello stesso mese di quest'anno) mancano, infatti, 65.358 nomi all'appello dei titolari di

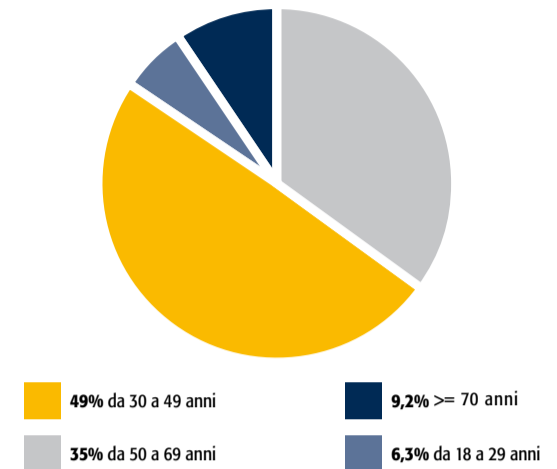
imprese individuali con meno di trent'anni, iscritti nei registri delle Camere di commercio italiane. Una riduzione pari al 23,5% dello stock di tutti i giovani imprenditori al di sotto di questa soglia di età, e che è responsabile del 90% della diminuzione complessiva di imprese individuali (75.529) avvenuta in Italia nel periodo considerato. Gli imprenditori "junior" sono oggi il 6,3% del totale (otto anni fa erano l'8,1), mentre la quota dei "senior" è salita al 9,2% (erano l'8,5 nel 2002).

La diagnosi d'invecchiamento della classe imprenditoriale italiana viene confermata, all'estremo opposto della scala anagrafica, dal significativo aumento dei titolari "over 70", cresciuti nel periodo preso in esame di 16.481 unità (pari ad una crescita del 5,2% nel periodo). In termini relativi, in questi ultimi otto anni il peso percentuale dei giovani imprenditori sul totale è passato dall'8,1 al 6,3%, mentre quello degli ultrasessantenni è lievitato dall'8,5 al 9,2%. Osservando le altre due

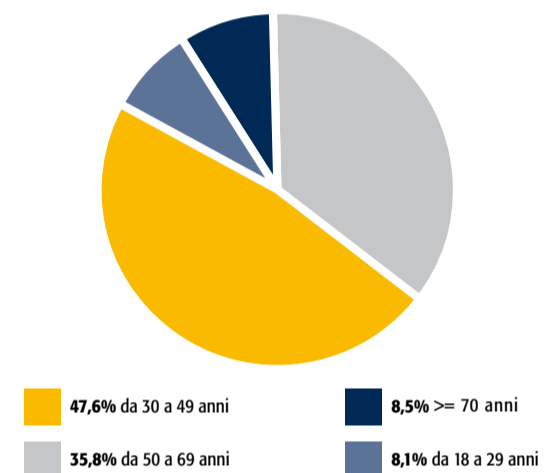
fasce di età prese in considerazione dall'analisi (quelle fra i 30 e i 49 e fra i 50 e i 69 anni), emerge chiaramente come l'unica ad espandersi sia stata la prima (28.856 unità, pari ad una crescita dell'1,8%), mentre per la seconda si registra una diminuzione di 52.508 unità (corrispondenti ad una riduzione del 4,3% rispetto all'inizio del periodo). Pur se in presenza di numeri in forte crescita, la tendenza dei giovani "under 30" a vedere relativamente ridotto il proprio ruolo affiora anche dall'osservazione dell'universo delle imprese con a capo un immigrato. Nel periodo considerato, infatti, sebbene i titolari di imprese individuali con titolare nato al di fuori dell'Unione Europea siano più che raddoppiati (142.461 in più, pari ad una crescita complessiva del 122,7%), i titolari "junior" sono aumentati del "solo" 96,63% e vedono pertanto scendere la loro rilevanza sul totale dal 13,2% del 2002 all'attuale 11,6. Dal punto di vista territoriale, la concentrazione maggiore di titolari "under 30" si registra nelle regioni meridionali e, più precisamente, in Calabria (8,6%), Campania (8,2) e Sicilia (7,5). Subito dopo viene la Lombardia (6,7%) seguita da Piemonte e Toscana (rispettivamente con il 6,5 e il 6,2%). Stessa capolista, la Calabria, anche per la maggiore concentrazione di giovani titolari tra gli immigrati (il 15,8%), questa volta seguita da Toscana (13,6) e Piemonte (12,6) ■

Informazioni
www.unioncamere.it

Distribuzione dei titolari per classi di età al 30 giugno 2010



Distribuzione dei titolari per classi di età al 30 giugno 2002



Titolari di imprese individuali per classi di età. Confronto al 30 giugno degli anni 2002-2010						
Valori assoluti e variazioni %						
Periodi	Classi di età	Totale titolari	da 18 a 29 anni	da 30 a 49 anni	da 50 a 69 anni	>= 70 anni
giugno 2010		3.364.565	212.260	1.663.871	1.178.645	309.789
giugno 2002		3.437.094	277.618	1.635.015	1.231.153	293.308
	peso % sul totale 2010	100%	6,3%	49,5%	35,0%	9,2%
	peso % sul totale 2002	100%	8,1%	47,6%	35,8%	8,5%
	saldi giugno 2010-giugno 2002	-72.529	-65.358	28.856	-52.508	16.481
	var. % giugno 2010/giugno 2002	-2,11%	-23,54%	1,76%	-4,26%	5,62%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Titolari extra-UE						
Classi di età	TOTALE	da 18 a 29 anni	da 30 a 49 anni	da 50 a 69 anni	>= 70 anni	
giugno 2010	258.577	30.087	178.805	47.429	2.256	
giugno 2002	116.116	15.301	83.742	15.667	1.406	
	peso % sul totale 2010	11,6%	69,1%	18,3%	0,9%	
	peso % sul totale 2002	13,2%	72,1%	13,5%	1,2%	
	saldi giugno 2010-giugno 2002	14.786	95.063	31.762	850	
	var. % giugno 2010/giugno 2002	122,69%	96,63%	113,52%	202,73%	60,46%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Servizi e indagini per aiutare le imprese a crescere

Le attività della Federlazio a supporto delle Pmi del territorio: dalla formazione professionale all'innovazione organizzativa

ACCORDO TRA FEDERLAZIO E LA SAPIENZA

Il Rettore della Sapienza Luigi Frati e il Presidente della Federlazio Maurizio Flammini hanno firmato un accordo di collaborazione tra l'Associazione delle piccole e medie imprese del Lazio e l'Università. Scopo dell'accordo è quello di sviluppare tra Università e sistema della Pmi rapporti di collaborazione su progetti di ricerca, sviluppo ed innovazione, con l'obiettivo di rafforzare il sistema produttivo della regione da un lato, e fornire un supporto industriale alle attività di ricerca dell'Università dall'altro. Attraverso la collaborazione tra Federlazio e la Sapienza si intende offrire un prezioso contributo per accrescere la competitività del sistema imprenditoriale e per accorciare le distanze che ancora separano il mondo della ricerca e quello della Pmi. Per informazioni: Federlazio, tel. 06549121.

CONSUMA FEDERLAZIO: SERVIZIO PER LE IMPRESE

È attivo in Federlazio un nuovo servizio per le imprese denominato "Consuma Federlazio". L'iniziativa è stata creata per sviluppare rapporti tra aziende che vogliono vendere o acquistare prodotti e servizi, un circuito nato per intensificare le relazioni tra le imprese associate e per aiutare ad espandere e ottimizzare le potenzialità di ogni im-

presa. Consuma Federlazio nasce con l'intento di dare una risposta concreta alle richieste delle imprese e dare un contributo al superamento della crisi. Nello specifico Consuma Federlazio permette di creare gruppi d'acquisto tra le imprese aderenti al circuito, acquistare al miglior rapporto qualità/prezzo, ampliare il proprio mercato di fornitura, ridurre in modo significativo i tempi. Oltre ad un'intensificazione degli scambi commerciali, Consuma Federlazio si pone come obiettivo anche quello di fare incontrare le imprese aderenti al circuito per condividere esperienze e progetti finalizzati alla crescita. Per informazioni: <http://www.consumafederlazio.it>

CORSI DI FORMAZIONE PER APPRENDISTI

Continua la programmazione dei corsi per apprendisti organizzati da Formare srl (Centro di Ricerca e Formazione della Federlazio accreditato presso la Regione Lazio) tramite il Catalogo Pubblico della Provincia di Roma. Entro l'anno si conclude il percorso formativo per apprendisti con contratto del terziario e con mansione "servizi generali aziendali" (segreteria e amministrazione) per un totale di 120 ore. Le nuove offerte formative sono consultabili sul sito <http://sapp.formalazio.it> alla voce catalogo pubblico. I corsi aperti alle iscrizioni sono suddivisi nelle ca-

tegorie "acquisizione competenze base e trasversale", "acquisizione competenze settoriali", "acquisizione competenze professionali". Formare srl eroga anche corsi finanziati dalla Regione Lazio per percettori di ammortizzatori sociali in deroga e di indennità di disoccupazione speciale, oltre a quelli per la Sicurezza nei Luoghi di Lavoro. Tutti i corsi sono consultabili sul sito www.federlazio.it sotto la voce formazione. Per informazioni e assistenza, tel. 06549121.

COSTITUITO IL GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI

Si è costituito in Federlazio il Gruppo dei Giovani Imprenditori. Presidente è stato eletto Giovanni Plocco, 34 anni, responsabile dell'azienda di Frosinone Orion Italia. Il Gruppo rappresenta circa 200 imprenditori della fascia "under 40" con aziende che spaziano in tutti i settori economici (metalmeccanico, edile, grafico, editoria, sanità, servizi, ecc.). Con la nascita del Gruppo Giovani, la Federlazio intende dare spazio al proprio interno a quelle risorse imprenditoriali emergenti, in grado di apportare all'Associazione nuovi impulsi in termini di idee, di entusiasmo e di spirito imprenditoriale. Una rappresentanza del Gruppo, con a capo il presidente Plocco, ha svolto recentemente una missione di due giorni a Bruxelles dove è stata ricevuta dal Vice Presidente della Commissione europea per l'In-

dustria e l'Imprenditoria On. Antonio Tajani e dal suo Gabinetto, dalla responsabile dell'area relazioni con l'Ue Cinzia Felci, dall'Assessore Regionale al Turismo Stefano Zappalà, dal Consigliere Regionale Carlo De Romanis (Segretario Generale dei Giovani del PPE) e dall'eurodeputato Alfredo Pallone.

INDAGINE CONGIUNTURALE DEL I SEMESTRE 2010

La Federlazio ha presentato nel corso di una conferenza stampa l'Indagine Congiunturale sullo stato di salute delle piccole e medie imprese del Lazio. L'indagine, realizzata su un campione di 350 aziende, si riferisce al primo semestre 2010. È possibile scaricare il rapporto completo sul sito www.federlazio.it.

PREMI ALLE IMPRESE DELLA REGIONE

Consegnato il Premio Federlazio 2010 a cinque aziende della regione. Il Premio, giunto alla sua ottava edizione, consiste in un'opera originale del noto scultore Enzo Carnebianca. Quest'anno il Premio, articolato in cinque categorie, è stato vinto dalle seguenti aziende: "Nuova CMA Telecomunicazioni srl" di Civitavecchia (Premio Impresa Gold); "ILPOL srl" di Alivito-FR (Premio Impresa Giovane); "Blue Magic srl" con sede a Cisterna di Latina (Premio Impresa Donna); "Ndesing Digi-

tal Communication snc" di Rieti (Premio Impresa Web); "Primaprint srl" di Viterbo (Premio Impresa Green). I Premi sono stati consegnati rispettivamente dal Sindaco di Roma Gianni Alemanno, dal Presidente della Federlazio Maurizio Flammini, dal Sottosegretario al Ministero del Lavoro Salute e Politiche Sociali Eugenia Roccella, dal Sottosegretario al Ministero della Funzione Pubblica Andrea Augello, dal Presidente della Regione Lazio Renata Polverini. La cerimonia di premiazione è stata presentata dal giornalista televisivo Massimo Caputi.

INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA PMI

Si è concluso il secondo progetto denominato "Open Innovation" promosso dalla Federlazio e cofinanziato dalla Camera di Commercio di Roma, finalizzato a favorire l'innovazione organizzativa delle piccole e medie imprese della provincia di Roma. Obiettivo del progetto è stato quello di stimolare le aziende verso forme di "innovazione aperta" ovvero nel saper identificare, sfruttare e integrare efficacemente fonti di conoscenza interna ed esterna nelle loro attività di innovazione. Il progetto ha coinvolto 350 aziende di vari settori ed ha portato alla realizzazione dei seguenti interventi: "Analisi della cultura organizzativa delle imprese"; "Tavole rotonde per gruppi omogenei di imprese";

"Modelli di business basati sul concetto dell'Open Innovation". Nel frattempo la Federlazio ha recentemente presentato un terzo progetto, sempre co-finanziato dalla Camera di Commercio di Roma, denominato "Valorizzare la conoscenza per combattere la crisi" che ha lo scopo di aiutare le aziende ad individuare azioni concrete per fronteggiare gli effetti della crisi attraverso un insieme integrato e innovativo di soluzioni. Le aziende interessate possono contattare gli uffici della Federlazio al numero 06549121.

SPORTELLO INFORMATIVO SUL GP DI FI A ROMA

La Federlazio ha attivato uno sportello informativo per fornire delucidazioni in merito al programma "Roma Formula Futuro" che prevede, a partire dal 2011, una pluralità di eventi di arte, cultura, scienza, entertainment, trading e sport, tra i quali anche il G.P. di Formula Uno a Roma. Lo sportello è rivolto a tutti coloro che intendono conoscere nel dettaglio le caratteristiche del programma o desiderano richiedere chiarimenti. I cittadini potranno recarsi negli uffici dell'associazione non prima di aver concordato un appuntamento telefonico. Qui troveranno una persona esperta sul programma in grado di fornire tutte le delucidazioni al riguardo. Per fissare un appuntamento è possibile chiamare il numero 06549121 ■

L'integrazione come valore con un occhio al fare impresa

Gli obiettivi dell'associazione "Nuovi Europei" creata da operatori immigrati con Confcooperative Roma



Grande successo per la Festa annuale dei cooperatori immigrati, iniziativa annuale promossa dall'Associazione Nuovi Europei e da Confcooperative Roma, giunta ormai alla sua terza edizione. La Festa, svoltasi il 9 ottobre alla presenza di esponenti delle Ambasciate e dei Consolati dei Paesi d'origine, del Presidente di Confcooperative Roma Carlo Mitra, del rappresentante dell'Assessorato Politiche Sociali del Comune di Roma, Riccardo Solfanelli, ha visto la partecipazione di oltre 300 persone, soci dell'associazione e loro famiglie. Tra questi, sei ragazzi sono stati premiati per la produzione di elaborati sul tema dell'integrazione. Un'iniziativa, quella delle Borse di Studio, che l'Associazione intende riproporre e valorizzare, sottolineando il prezioso

ruolo svolto da Scuola ed istruzione nel favorire il superamento delle barriere culturali e nel plasmare la nascente generazione di "nuovi europei". «Un momento di condivisione e di incontro tra culture diverse, volto a promuovere le attività dell'Associazione, a socializzare le esperienze, a consolidare la rete dei tanti lavoratori associati», queste le parole di Reyna Terrones, vice presidente di Confcooperative Roma e presidente dell'associazione Nuovi Europei, la quale ha voluto sottolineare l'importanza di un momento sociale ed interculturale emblematico dell'approccio dell'Associazione. L'immigrato, infatti, tende spesso a rinchiusersi nell'alveo protetto della Comunità di appartenenza, un atteggiamento che talvolta rischia di creare un ostacolo all'integrazione. L'Asso-

ciatione Nuovi Europei, al contrario, promuove l'integrazione con il Paese ospitante e tra le diverse Comunità di provenienza, favorendo l'apertura grazie alla conoscenza e allo scambio reciproco.

L'Associazione rappresenta, idealmente, il luogo di incontro di oltre 600 soci provenienti da 55 Paesi diversi, tra questi non solo lavoratori ma anche rappresentanti dei Paesi d'origine ed istituzioni. L'Associazione, infatti, coinvolge Ambasciate e Consolati, stranieri ed italiani, allo scopo di creare un'ampia e proficua partecipazione alle finalità e alle specifiche iniziative che ne derivano.

Creata da Cooperatori Immigrati e promossa da Confcooperative Roma, l'Associazione Nuovi Europei offre un percorso di integrazione a 360 gradi, mediante servizi ed iniziative che interessano la cultura, l'inserimento sociale, il lavoro e l'imprenditorialità, con particolare riguardo alle prospettive di crescita offerte dal mondo della cooperazione.

La vita dell'Associazione Nuovi Europei è articolata in molteplici attività per il raggiungimento degli obiettivi di - integrazione e socializzazione che essa persegue.

In particolare, l'Associazione promuove: **1)** l'integrazione degli immigrati in Italia tramite l'accoglienza, l'informazione e l'assistenza necessaria al loro inserimento; **2)** l'informazione e formazione culturale su usi, costumi, lingua, cultura e legislazione del Paese ospitante; **3)** l'orientamento al lavoro e all'imprenditorialità, offrendo a riguardo l'assistenza e la formazione necessaria; **4)** iniziative per assicurare l'esercizio dei diritti e l'accesso ai servizi primari quali scuola, casa, salute; **5)** attività in collaborazione con associazioni ed enti morali con finalità affini a quelle dell'Associazione, in Italia e all'estero; **6)** iniziative culturali, artistiche, sociali e ricreative ■

La crisi morde ancora, ma i salari tengono In difficoltà soprattutto i nuclei familiari

Unioncamere: la retribuzione media dei lavoratori dipendenti è di 26mila euro lordi annui, in aumento di 500 euro rispetto al 2008



Ha sfiorato i 26mila euro la retribuzione media dei lavoratori dipendenti nel 2009, 500 euro in più del 2008. La crescita, in linea con quanto registrato negli anni precedenti, è stata così del 2,0%. Certo la crisi si è fatta sentire sulle famiglie: la riduzione del numero dei percettori di reddito, provocata dall'aumento della disoccupazione, ha prodotto infatti un calo del reddito lordo delle famiglie pari al -1,4%.

Le prospettive per il 2010, comunque, sono di un miglioramento del quadro complessivo, soprattutto per quanti - giovani e meno giovani - possono contare su un diploma o una laurea. Perché nel 2010 le imprese, per agganciare la ripresa, investiranno sempre di più sulle risorse umane già presenti in azienda.

Questi alcuni dei risultati del Rapporto "Domanda di lavoro e retribuzioni nelle imprese italiane", realizzato da Unioncamere insieme a OD&M Consulting, società specializzata in indagini nell'ambito dei sistemi incentivanti e delle politiche retributive, e con il contributo di Gi Group, primo gruppo italiano nei servizi per il mercato del lavoro.

a) Nel 2009, la retribuzione media degli occupati alle dipendenze è ammontata a 25.980 euro: 500 euro in più del 2008, pari a +2,0%.

b) È aumentato, anche se di poco, il differenziale tra i salari percepiti da uomini e donne, passando dal 12,8 al 13% a favo-

re degli uomini. Uomini e donne hanno percepito rispettivamente 27.130 e 24.010 euro, con variazioni del +2,0% e del +1,9% rispetto al 2008.

c) L'incremento delle retribuzioni nominali nell'ultimo anno ha beneficiato di un aumento meno accentuato dei prezzi al consumo, pari al +0,8%. Questo indice, in forte calo rispetto al 2008 (quando ha raggiunto il +4,8%), ha subito una forte decelerazione a causa della contrazione dei consumi (-1,9%), dovuta non alla flessione dei salari individuali reali (che al contrario sono aumentati di un punto in più rispetto all'indice dei prezzi), ma alla contrazione della massa retributiva, provocata in primo luogo dalla riduzione degli occupati e, per quanti hanno beneficiato degli ammortizzatori sociali, dalla differenza tra l'importo unitario di questi ultimi e la retribuzione percepita in precedenza.

d) Per agganciare la ripresa, quest'anno, come già nel 2009, le imprese si sono dimostrate più caute nel procedere a nuove assunzioni ma molto attente al profilo professionale da integrare in azienda. Per il 2010, infatti, la quota di assunzioni previste sul totale destinata ai laureati dovrebbe raggiungere il 12,5%; la domanda di diplomati, invece, dovrebbe rappresentare addirittura il 44% delle assunzioni totali nel 2010.

e) La crescente domanda di occupati con titoli di studio elevati, già evidenziata nel 2009, ha avuto un chiaro effetto sugli incrementi retributivi - generalmente superiori alla media - dei profili professionali più elevati: +2,5 e +2,7% l'aumento della retribuzione di dirigenti e quadri; +2% quello delle professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione; +2,2% quello delle retribuzioni dei laureati specialistici e +2,5% quello dei laureati triennali fino a 29 anni.

f) Vale la pena sottolineare che, comunque, l'investimento in istruzione ripaga nel tempo: la differenza retributiva media tra

un lavoratore laureato e un lavoratore con il solo titolo della scuola dell'obbligo ha raggiunto nel 2009 il 68% a vantaggio del primo. Il "salto" retributivo vero si incontra comunque tra il salario medio di un diplomato (26.760 euro) e quello di un laureato (38.440): la "forbice" tra i due profili è infatti pari al 44% in più per quanti hanno un titolo universitario. La laurea, infatti, è davvero un investimento a lungo termine. La retribuzione di un laureato aumenta del 180% da inizio a fine carriera, mentre l'incremento per un diplomato è pari all'88%: se un giovane ventiquattrenne che ha appena conseguito il titolo di laurea specialistica percepisce in media 23.350 euro l'anno, superati i 50 anni ne prenderà oltre 65mila.

g) Non tutti i salari sono comunque aumentati nel 2009. Alcuni lavoratori, infatti, o per una diversa valutazione "di mercato" del loro profilo oppure per una contrazione della parte "variabile" dello stipendio (quella legata al raggiungimento dei risultati piuttosto che alla durata dell'orario di lavoro), hanno registrato nel 2009 una riduzione dello stipendio annuo. Le figure professionali con la retribuzione in calo sono state complessivamente 2.444 (alle quali corrispondono 2,8 milioni di lavoratori). Tra queste figurano alcune professioni tecnico-scientifiche (specialisti di scienze matematiche, fisiche, naturali; ingegneri, architetti e professioni simili; specialisti in scienze umane, sociali e gestionali e professionisti tecniche nell'amministrazione nelle attività finanziarie e commerciali) e alcuni profili low skill (professioni non qualificate dell'agricoltura, operatori di macchinari fissi in agricoltura e nell'industria alimentare e le professioni non qualificate nelle attività commerciali e nei servizi) ■

Informazioni
Unioncamere
Tel. 06.4704264,
www.unioncamere.it

Migliorare la qualità della vita concentrandosi su tre temi sensibili: alimentazione, ecologia e turismo meritano un'attenzione diversa

La Fondazione Campagna Amica si rivolge a tutti ma, in particolare, ai consumatori e ai produttori agricoli

La Fondazione Campagna Amica si rivolge a consumatori, produttori agricoli, cittadini, per mettere insieme le risposte ad alcuni temi tra i più sentiti di oggi: alimentazione, turismo, ecologia. E inaugurare così una nuova qualità della vita. La Fondazione Campagna Amica promuove e sostiene l'agricoltura italiana in tre ambiti distinti: vendita diretta, turismo, ecosostenibilità.

La vendita diretta

Dal produttore al consumatore

1) Punti Campagna Amica
Farmer's market, punti vendita aziendali, cooperative agricole, consorzi agrari, imprese aderenti al circuito km zero, aderenti ai gruppi d'acquisto. Fondazione Campagna Amica raccoglie e promuove i punti in cui l'offerta di prodotti agricoli avviene direttamente dal produttore al consumatore.

2) Mercati Campagna Amica
Fondazione Campagna Amica

promuove i mercati gestiti direttamente dai produttori: tanti punti Campagna Amica insieme, ovvero tante diverse tipologie di prodotti per offrire ai consumatori in un solo luogo, una grande varietà di offerta.

3) Spesa informata

Filiera agroalimentare, andamento prezzi, stili d'acquisto, provenienza dei prodotti agricoli, stagionalità, km zero, no Ogm, filiera corta: Fondazione Campagna Amica cerca di far crescere la cultura di una spesa più consapevole.

Vacanze in campagna

Il tuo tempo libero nella natura

1) Agriturismo
Soggiorni, vendita prodotti, ospitalità, cucina contadina: una vita amica della campagna significa apprezzare quello che ha da offrire in ogni momento libero.

2) Itinerari

Percorsi eno-gastronomici, percorsi cicloturistici, trekking ed



escursioni: una campagna da vivere in modo attivo e partecipato, ciascuno secondo il tempo a disposizione e la propria idea di vacanza, più rilassata o più dinamica.

3) Esperienze

Feste tradizionali, sagre, appuntamenti nei borghetti, fattorie didattiche: Fondazione Campagna Amica promuove una cultura della campagna che è parte integrante della vita di ogni territorio e che ha tanto da offrire in un'ottica di educazione integrata alla sostenibilità.

Stili eco-sostenibili

Per una vita rispettosa dell'ambiente

1) Natura

Non si può essere amici della campagna senza essere amici della natura. La tutela del paesaggio è molto sentita dalla Fondazione Campagna Amica e comprende laghi, fiumi e boschi: perché un'ecologia condivi-

sa e vissuta significa una grande attenzione alle risorse idriche e ambientali.

2) Biodiversità

Un'agricoltura ecocompatibile può fare molto per l'ambiente: la salvaguardia della biodiversità e degli ecosistemi ad essa correlati è il primo effetto positivo. Tutelare i sistemi di coltura e allevamento naturali, rifiutare gli Ogm, rispettare la stagionalità e le differenze climatiche, può significare tanto per la nostra salute e per quella del pianeta.

2) Energie pulite

La questione energetica è all'ordine del giorno in ogni angolo del pianeta. Le energie rinnovabili sono il nostro lasciapassare per il futuro: Fondazione Campagna Amica è attiva nel promuovere la diffusione di un approccio alternativo e diversificato alle fonti energetiche ■

Informazioni
www.campagnamica.it

Per ottenere l'accesso al credito si può bussare alle associazioni

La Coopfidi è una struttura che offre assistenza finanziaria agli imprenditori grazie a una rete di operatori presenti nelle sedi di Cna, Acai e Confartigianato



L'acuirsi delle difficoltà per le imprese di accedere al credito bancario per effetto della crisi ha trovato nel Lazio una struttura pronta a fare la sua parte: la Coopfidi. Grazie ad un percorso avviato già da alcuni anni, promosso dalle associazioni dell'artigianato e delle Pmi del Lazio, Coopfidi si è trovato nelle condizioni organizzative e dimensionali per dare una risposta forte alle esigenze delle imprese del Lazio, evidenziato dal livello dei finanziamenti garantiti ed erogati

ti dal sistema bancario che ammontano a fine anno a circa 300 milioni di euro. Considerato quella che era la realtà dell'offerta dei confidi del Lazio solo pochi anni fa va considerato un grandissimo successo, ma se al contrario prendiamo in esame la domanda che viene dalle imprese va detto che c'è ancora molto da fare. Non usciremo dalla crisi in tempi rapidi, le tensioni nel rapporto fra banche e imprese sono destinate a continuare e il ruolo di Confidi come quello di Coopfidi

può essere assolutamente determinante per permettere la tenuta del nostro tessuto economico, fatto prevalentemente da piccole piccolissime imprese. La Coopfidi si trasformerà a breve in intermediario finanziario vigilato da Banca d'Italia, rafforzando ulteriormente la propria capacità di erogare garanzia, è un passaggio importante che evidenzia la professionalità e la qualità della nostra struttura. Utilizzare la Coopfidi permette all'imprenditore di risolvere, ol-

tre al problema delle garanzie richieste dalla banca, il problema del rapporto e del dialogo con la stessa banca, infatti la Coopfidi, tramite la sua rete di operatori presenti presso le sedi di Cna, di Confartigianato e di Acai, offre una assistenza finanziaria di base e un accompagnamento in banca capaci di risolvere al meglio il problema dell'accesso al credito della impresa. Informazioni presso le sedi di Cna, Confartigianato, Acai o sul sito www.coopfidi.org ■

Un bando biennale per creare impresa

Da Regione e BIC Lazio aiuti ai disoccupati over 45 e ai lavoratori immigrati: i progetti possono riguardare qualsiasi settore

L'Assessorato al Lavoro e Formazione della Regione Lazio in collaborazione con BIC Lazio danno il via ad un bando per finanziare l'avvio di nuove attività imprenditoriali da parte di lavoratori immigrati e disoccupati over 45 nel territorio regionale. Il bando è rivolto ai cittadini italiani e comunitari, residenti nel Lazio, con età pari o superiore ai 45 anni di età ed ai cittadini extracomunitari (non appartenenti ad uno dei Paesi dell'Unione Europea) in possesso di regolare permesso di soggiorno, con età pari o superiore ai 18 anni. Sono finanziabili i progetti di impresa riguardanti qualsiasi settore, anche in franchising, che prevedono l'avvio di nuove attività imprenditoriali. Sono escluse le libere professioni che prevedono l'iscrizione agli ordini professionali e quelle che non costituiscono attività di impresa e che vengono esercitate senza l'iscrizione al registro delle imprese.

Contributi e certificazioni

Ai soggetti che saranno ammessi ai finanziamenti, verrà concesso un contributo per una quota pari all'80% del piano degli investimenti ritenuti ammissibili. Il piano degli investimenti è ammesso entro il limite di 30mila euro. Il contributo in conto investimenti non può superare quindi la somma di 24mila euro.

Le domande dovranno essere presentate a mano a BIC Lazio,

presso la sede di Roma, in Via Casilina 3/T, utilizzando l'apposita modulistica disponibile sui siti www.regione.lazio.it; www.portalavoro.regione.lazio.it; www.bic Lazio.it.

Per quanto riguarda i cittadini extracomunitari dovrà essere presentato il certificato di residenza in uno dei comuni della regione Lazio e la copia del permesso di soggiorno.

L'istruttoria e la valutazione delle domande pervenute sarà effettuata secondo l'ordine cronologico di arrivo della documentazione.

La valutazione dei progetti avverrà secondo i seguenti criteri di valutazione: cronologico; sussistenza dei requisiti formali; capacità dell'iniziativa di inserirsi con successo sul mercato; validità economica dell'iniziativa; sostenibilità finanziaria; competenze e capacità tecniche e gestionali del candidato rispetto all'iniziativa; fattibilità tecnica, intesa come adeguatezza degli investimenti, della struttura organizzativa e della corretta identificazione dell'iter previsto per l'ottenimento delle autorizzazioni necessarie; cantierabilità.

Il bando rimarrà aperto 24 mesi a partire dal 14 ottobre 2010, data di pubblicazione sul BURL, salvo esaurimento delle risorse ■

Informazioni

BIC Lazio,
Numero verde 800 280 320

Si chiama "Arco" e tra le sue frecce c'è quella di occupare 3.400 persone

L'iniziativa promossa dal Ministero del Lavoro con le associazioni di categoria prevede azioni a supporto delle piccole e micro imprese. I contributi previsti



L'iniziativa AR.CO., promossa dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e realizzata da Italia Lavoro, Agenzia per le politiche attive del lavoro e lo sviluppo dell'occupazione, ha come obiettivo quello di favorire lo sviluppo territoriale sostenibile e determinare un reale aumento dei livelli di occupazione attraverso azioni specifiche rivolte alle micro e piccole imprese.

Sono coinvolte nelle attività del Programma AR.CO. le seguenti Associazioni di categoria: Confartigianato; Cna; Confcommer-

cio e Confesercenti. Il fine ultimo del progetto è quello di occupare 3.400 persone, 1.700 nel settore dell'artigianato e 1.700 nel settore del commercio (turismo) con contratti di assunzione a tempo indeterminato pieno o parziale o contratti di apprendistato, con nuova creazione di impresa al fine di potenziare i servizi territoriali per il lavoro, in particolare i Centri per l'impiego, con interventi di assistenza tecnica finalizzati a rafforzare l'azione sul territorio. Il programma, infatti, si rivolge a Regioni e Province con gravi disagi

economici. Da aziende che hanno difficoltà ad ampliare il proprio mercato uscendo da quello locale, alla prevalenza di un tessuto imprenditoriale costituito da micro e piccole imprese che storicamente rappresentano il cuore del sistema produttivo italiano, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo. Nell'affrontare ciò, il Ministero rende disponibili due tipologie di incentivi: contributi a favore di micro e piccole imprese dell'artigianato e del commercio/turismo finalizzati all'inserimento occupazionale e alla tra-

sformazione di contratti a termine in rapporti di lavoro a tempo indeterminato pieno; contributi finalizzati a promuovere la competitività delle Pmi del settore artigianato e del commercio/turismo, attraverso servizi di assistenza tecnica/consulenza specialistica della durata massima di tre mesi. Per i contributi relativi a servizi di assistenza tecnica/consulenza specialistica è prevista una fase di valutazione delle richieste presentate da parte degli esperti di Italia Lavoro. Possono presentare candidature per i contributi per assunzione e assistenza tecnica e/o consulenza specialistica le imprese iscritte all'Albo delle imprese artigiane e quelle del settore commercio/turismo iscritte al Registro imprese delle rispettive Camere di Commercio di appartenenza.

L'importo massimo erogabile per ogni impresa richiedente è di 25mila euro. Chi fosse interessato a richiedere i contributi può presentare domanda esclusivamente on line, attraverso il sito www.arco.italialavoro.it, non oltre il 31 marzo 2011.

Le Regioni aderenti al programma sono: Lazio, Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Regione Siciliana, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto e Provincia Autonoma di Trento.

Per maggiori informazioni visitate il sito www.servizilavoro.it ■

La cassa integrazione comincia a diminuire

A ottobre 2010 registrato un calo del 2,3% rispetto al dato del mese precedente



Si conferma ad ottobre la lenta ma progressiva diminuzione delle richieste di cassa integrazione. Le ore autorizzate nel mese sono state infatti 100,8 milioni, contro i 103,2 milioni di settembre (-2,3%). Rispetto al mese di ottobre 2009, quando le ore autorizzate erano state 97,1 milioni, si registra un aumento del 3,8%. A riferimento è l'Inps in una nota. La riduzione è particolarmente forte negli interventi ordinari (cigo), in cui si è passati dai 26 milioni di ore autorizzate nel mese di settembre ai 23,9 milioni di ottobre (-8,4%). Rispetto allo stesso mese dello scorso anno la flessione è del 60%, anche se è differente l'andamento nei diversi settori, con l'industria che fa registrare un decremento del 66,1% rispetto all'ottobre 2009, mentre l'edilizia fa segnare un aumento dell'11,9%. Anche negli interventi straordinari (cigs) si registra un segno negativo di ottobre rispetto a settembre (42,6 milioni di ore autorizzate contro 44,8 milioni, pari a -5,1%). Rispetto all'ottobre 2009, quando le ore autoriz-

zate erano state 21,1 milioni, vi è un incremento del 101,1%. Sommando le ore autorizzate di cigo e cigs il confronto tendenziale è ancora sensibilmente negativo: in ottobre 2009 erano state concesse 80,5 milioni di ore, contro i 66,3 milioni dell'ottobre 2010. In aumento, invece, gli interventi in deroga (cigd), che segnano una crescita del 6,4% delle ore autorizzate in ottobre rispetto a quelle di settembre (34,3 contro 32,3 milioni).

Più che raddoppiate rispetto allo stesso mese del 2009 (16,6 milioni: +107,7%).

Sommando le ore autorizzate di cigo e cigs il confronto tendenziale è ancora sensibilmente negativo: in ottobre 2009 erano state concesse 80,5 milioni di ore, contro i 66,3 milioni dell'ottobre 2010. In aumento, invece, gli interventi in deroga (cigd), che segnano una crescita del 6,4% delle ore autorizzate in ottobre rispetto a quelle di settembre (34,3 contro 32,3 milioni). Più che raddoppiate rispetto allo stesso mese del 2009 (16,6 milioni: +107,7%).

Anche in ottobre si conferma che la differenza nelle richieste di cassa integrazione guadagni la fa la deroga; uno strumento innovativo che ha permesso di allargare il bacino di protezione per lavoratori e aziende. La stabilizzazione della cassa integrazione straordinaria è poi l'effetto della sua ordinizzazione, che ha consentito il passaggio tra cigo e cigs senza soluzione di continuità ■

I mestieri del domani che assicurano uno stipendio oggi

Dall'organizzatore di matrimoni a quello di eventi: i corsi di formazione professionale gestiti dalla Confcommercio

AMERICAN BAR



La Confcommercio Roma organizza, tramite il suo ente di formazione Promo.ter Roma, un corso di American Bar rivolto a coloro che desiderano esercitare la professione di Barman.

Il corso è svolto in collaborazione con la Flair Project, scuola capitolina leader nella formazione tecnico professionale del settore Beverage.

La durata complessiva del corso è di 40 ore, durante le lezioni si potranno approfondire tutte le tecniche relative all'arte del Bartending: si conosceranno "i ferri del mestiere", ovvero tutte le attrezzature professionali che permettono di svolgere al meglio il proprio lavoro e verrà affrontata l'organizzazione del banco bar. Particolare attenzione sarà riservata al comportamento da assumere dietro il banco e quindi all'interazione con il cliente e alle tecniche di vendita.

Si affronteranno, quindi, le tecniche di verseggio e di dosaggio, al fine di raggiungere un'altissima precisione che supera drasticamente ciò che fino ad oggi era basato su una scarsa informazione dei procedimenti da seguire. Si affronteranno uno ad uno i vari metodi per la preparazione dei drinks, dai classici I.B.A., come il Negroni, il Margarita, il White Lady, a quelli più di moda come il Long Island Ice Tea, il Sex on the Beach e il Cosmopolitan, fino ad arrivare ai più esclusivi tipo il Blue King China o il June Bug. Si introdurrà il concetto di meccaniche di lavoro al fine di abituare il Barman alla preparazione di più drinks nel minor tempo possibile, conservando come sempre alti standard qualitativi. Proprio per mantenere alti questi standard si spiegherà la preparazione e l'utilizzo dei premix.

La parte teorica del corso riguarderà l'aspetto merceologico di tutti i prodotti, dai distillati, come liquori, succhi e sciroppi, andando a scoprire la storia e i metodi di elaborazione. Infine si vedrà come rendere accattivante un drink anche dal lato estetico, intagliando frutta per tutti i tipi di guarnizioni, dalle classiche a quelle più elaborate e spettacolari.

Alla fine del corso verrà rilasciato l'attestato di partecipazione, la dispensa didattica con tutte le lezioni teorico pratiche affrontate, il ricettario dei cocktails i.b.a. e il ricettario di cocktails fashion.

I corsi verranno svolti presso la sede della Flair Project in Via

Antonio Dionisi, 50 (Monteverde/Portuense). La frequenza del corso è full immersion in fascia pomeridiana, dalle 15 alle 19, tutti i giorni dal lunedì al venerdì per due settimane.

L'ARTE DELLA PIZZA

L'arte della pizza italiana è ogni giorno sulle nostre tavole: ma come apprendere i segreti dei grandi pizzaioli? Come approfondire la nostra passione culinaria e magari trasformarla in una professione?

Per passione o per mestiere, si apre a Roma un corso per pizzaioli organizzato dalla Confcommercio di Roma tramite il suo ente di formazione Promo.ter Roma e rivolto a tutti coloro che vogliono apprendere i segreti del prodotto gastronomico "Made in Italy" più famoso al mondo, sotto la direzione di un maestro pizzaiolo professionista.

Il corso, per un totale di 60 ore, con una frequenza bisettimanale, sarà articolato prevalentemente su lezioni pratiche. Gli incontri si svolgeranno presso il Ristorante ZI' Gaetana, in Via Cola Di Rienzo, che metterà a disposizione il proprio laboratorio, sotto la direzione del maestro pizzaiolo, che con professionalità e simpatia, insegnerà tutti i segreti e le curiosità per preparare una pizza sopraffina da gustare e far gustare. I partecipanti acquisiranno ed approfondiranno la conoscenza delle tecniche di preparazione di qualsiasi tipo di impasto, con particolare attenzione ai processi di panificazione,

e dei metodi di condimento e farciture per la realizzazione di pizza tonda classica, pizza in teglia e alla pala, crostini, calzoni e prodotti da forno.

Non mancherà, poi, un breve ma completo approfondimento teorico su alcune nozioni di base riguardo la dietologia, la merceologia, le caratteristiche organolettiche dei prodotti, le vigenti normative in materia igienico-sanitaria e l'igiene e la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Alla fine del corso i partecipanti riceveranno un attestato di frequenza.

WEDDING PLANNER

Confcommercio Roma organizza un corso per un settore ancora tutto da scoprire: il mondo dei Wedding Planner, una figura professionale in espansione nel mondo dell'organizzazione di eventi.

Chi non ha mai sognato di essere la novella Jennifer Lopez alle prese con l'organizzazione del matrimonio del secolo? Wedding Planner, una figura professionale che in altri paesi, come gli Stati Uniti, trova da sempre ampi spazi di lavoro, e che finalmente sta diventando una realtà anche in Italia.

Ma come si diventa wedding planner? La Confcommercio Roma tramite il suo ente di formazione Promo.ter Roma, apre un percorso formativo abilitante rivolto a tutti coloro che vogliono approfondire il mondo fantastico dei wedding planner. Un corso che ha l'obiettivo di formare e preparare nuove figure pro-

fessionali da inserire nel settore in continua espansione dell'organizzazione di matrimoni.

Un esperto in grado di organizzare un ricevimento nei minimi dettagli, con conoscenze di enogastronomia, buone maniere e allestimenti. Un consulente in grado di affrontare senza problemi le pratiche burocratiche di un matrimonio religioso o civile. Un libero professionista in grado di consigliare la migliore location, il giusto invito e la perfetta accoglienza per l'ottimale riuscita dell'evento.

Il percorso formativo, guidato da docenti qualificati, prevede nozioni di economia e marketing, aspetti relativi all'organizzazione, alla stesura e alla presentazione del progetto, ma anche nozioni di amministrazione e diritto per poter facilmente avviare la professione di wedding planner, compresi gli elementi di sicurezza nei luoghi di lavoro (decreto legislativo 81/2008).

Il corso avrà una durata complessiva di 120 ore. Le lezioni si svolgeranno tre volte alla settimana.

ORGANIZZAZIONE EVENTI

Congressi, fiere, convegni, meeting, eventi ludici e non, sono una realtà sempre più presente e consolidata nel panorama aziendale moderno.

La nuova frontiera della comunicazione passa dall'"esserci", dal comunicare attraverso l'accoglienza, l'ospitalità, l'esposizione, le pubbliche relazioni; in una parola attraverso l'organizzazione di eventi aggregativi.

Il settore in forte espansione, presenta fatturati annuali da capogiro e numerosità di partecipanti che sfiora i sei zeri, ma a fronte di una domanda così vertiginosa di addetti e di know-how specifico, il mondo del lavoro si trova spesso impreparato e privo di operatori professionali. La Confcommercio Roma, sempre attenta alle tendenze e alla crescita formativa, tramite il suo Ente di formazione Promo.ter Roma, per rispondere alle esigenze del mercato congressuale, organizza un corso abilitante per addetti all'organizzazione di eventi aggregativi indirizzato a tutti coloro, diplomati o laureati, che intendano inserirsi con competenza in un settore dinamico ed affascinante.

Il corso di formazione articolato in 160 ore, basandosi sul metodo del learning by doing, si propone di trasferire attraverso lezioni interattive condotte da docenti esperti del settore, nozioni di marketing, progettazione organizzazione e gestione di un evento, tecniche di vendita e comunicazione, la lingua inglese e nozioni di informatica.

Le lezioni si terranno presso la sede della Promo.ter Roma in Via Silvio D'Amico 40, con lezioni svolte tre volte a settimana dalle 14 alle 18,30 ■

Informazioni

Segreteria Corsi PROMO.TER ROMA Ente di formazione della Confcommercio Roma Via Silvio D'Amico 40 (metrò S.Paolo), lu-gi, 9.30-12.30, 14.30-17, Tel. 0659440305/306/301, promoter.segreteria@confcommercio.roma.it, http://promoter.confcommerciroma.it

CI PRENDIAMO CURA DEI BAMBINI IN OSPEDALE

Aiutaci anche tu con il tuo tempo o con il tuo sostegno

www.abioroma.org

ABIO ROMA ONLUS

ASSOCIAZIONE PER IL BAMBINO IN OSPEDALE

via Giorgio Baglivi 12

00161 Roma

tel 06 44251723

info@abioroma.org

