

CCIAA: Il territorio di Alessandria e Asti: boom dell'export nel 1° semestre 2021

Con la riforma del sistema camerale, a quasi un anno dalla nascita della nuova Camera di commercio di Alessandria – Asti, sono numerose le iniziative e i progetti avviati sui territori delle due province.

La nuova Camera di commercio alla data del 30 giugno 2021 conta oltre 65.000 aziende iscritte al Registro delle Imprese, il 15,2% del tessuto imprenditoriale regionale e l'1,07% di quello nazionale. Il tessuto imprenditoriale assorbe oltre 171.000 lavoratori di cui 48.000 in qualità di collaboratore familiare e 123.000 in qualità di addetti subordinati.

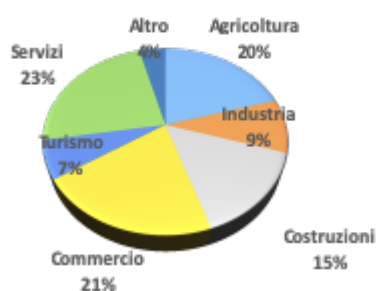
La struttura aziendale è molto parcellizzata, con il 70,6% delle aziende che ha al massimo un addetto, il 29% che si colloca nella fascia da 2 a 49 addetti e soltanto lo 0,5% che ha da 50 addetti in su.

Il “peso” della componente di piccole e medie imprese è molto importante, non solo in Italia, ma anche all'interno dello scenario economico e produttivo internazionale. Emerge infatti che nell'area dell'OCSE (37 Paesi distribuiti in vari continenti), le PMI sono i principali motori della produttività in molte aree e regioni e rappresentano circa il 60% dell'occupazione complessiva e tra il 50% e il 60% del valore aggiunto prodotto.

Se da un lato la struttura imprenditoriale medio piccola ha dimostrato una maggiore capacità di adattamento e di flessibilità nel lungo periodo di crisi congiunturale che ha caratterizzato l'economia del nostro Paese, dall'altro lato la

dimensione medio-piccola può essere un fattore di debolezza in quanto le imprese hanno minore capacità di controllo dei mercati, sono più vulnerabili ai processi evolutivi in atto, hanno più difficoltà ad attuare significativi processi di innovazione e a raggiungere volumi produttivi sufficienti a coprire la domanda internazionale.

Sotto il profilo settoriale emerge la seguente distribuzione imprenditoriale:



Fonte: Elaborazione Camera di commercio di Alessandria-Asti su dati Infocamere

Le imprese che operano nel settore agricolo sono poco più di 13.300 e rappresentano circa il 20% del totale, quasi il doppio rispetto alla media regionale e nazionale che si attesta intorno al 12%. La vitivinicoltura è il settore più rilevante con circa 4.800 imprese e impiega circa il 38% dei lavoratori complessivi del comparto.

A seguito dell'aggregazione, il territorio di competenza della Camera di commercio di Alessandria-Asti comprende il 59% della superficie vitata e della produzione di vino del Piemonte (superando la provincia di Cuneo). La superficie coltivata a vite delle due province, con riferimento all'anno 2020, è pari a 24.710 ettari. La produzione totale di uva supera i 2 milioni 100 mila quintali, corrispondenti a una produzione vinicola di oltre 1 milione e 500 mila ettolitri, il 59% della produzione piemontese.

Ciò che caratterizza in particolare il distretto aggregato è l'elevata qualità, con oltre il 76% della produzione

rappresentata da vini DOC e DOCG. Sono 10 le DOCG e 20 le Doc dell'area che spaziano dalla Barbera al Gavi, dal Grignolino al Cortese, dal Moscato alla Freisa e che fanno della Camera di commercio di Alessandria-Asti la prima in Italia in tema di vitivinicoltura.

Produzione vitivinicola Alessandria – Asti annata 2020			
	Vini DOC e DOCG	Vini da tavola	totale
Superficie (ha)	21.012	3.698	24.710
Produzione uve (q)	1.620.920	507.144	2.128.064
Produzione vinicola (hl)	1.151.726	363.576	1.515.302

Fonte: Elaborazione Camera di commercio di Alessandria-Asti su dati Istat e Regione Piemonte – anagrafe unica delle aziende agricole

La vitivinicoltura caratterizza le due province non soltanto sul piano economico, ma anche sotto il profilo della cultura, delle tradizioni e della caratterizzazione del paesaggio. Nel 2014 l'area del Monferrato (che si sviluppa tra Alessandria e Asti), con le Langhe ed il Roero, è entrata a far parte della World Heritage List Unesco. Il riconoscimento al "Paesaggio vitivinicolo del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato" ha inteso tutelare *l'insieme geografico-sociale e culturale di una zona tra le più integre d'Italia, dove da secoli il territorio viene plasmato dall'uomo e dalla coltivazione della vite.*

Il valore aggiunto prodotto dal settore agricolo nel 2018 (ultimo dato disponibile), pari 424,2 milioni di euro, rappresenta soltanto il 2,6% del totale e risulta particolarmente contenuto se rapportato al fatto che le imprese agricole costituiscono un quinto dell'intero sistema imprenditoriale. Le motivazioni sono differenti. La redditività in agricoltura è condizionata da molteplici fattori che spesso sfuggono al controllo degli imprenditori.

Il mercato è instabile e i prezzi dei prodotti non sono sufficientemente remunerativi poiché risentono degli effetti della globalizzazione, della forte concorrenza di vecchi e nuovi esportatori, dell'evoluzione dei consumi, delle sperequazioni all'interno della filiera (cresce il potere contrattuale della catena distributiva a scapito della componente agricola e di quella della trasformazione). Anche i cambiamenti climatici hanno effetti rilevanti in tal senso.

Il settore agroalimentare ed enologico riveste un ruolo di primo piano, non solo in ambito agricolo, ma anche in quello manifatturiero. Sono oltre 850 le imprese dell'agroindustria a cui si aggiungono, ragionando in termini di filiera, le imprese del comparto dell'enomeccanica e quelle di installazione e manutenzione macchine, per un totale di 1.700 aziende e oltre 12.000 addetti. Va ricordato che in provincia di Asti, nell'area a Sud di Asti, si è sviluppato, a partire dagli anni '60, **il distretto industriale dell'enomeccanica** specializzato nella produzione di macchinari e attrezzature in grado di supportare ogni fase della produzione vitivinicola: dai macchinari per l'agricoltura alle linee di imbottigliamento, dalle etichettatrici agli imballaggi.

Il valore aggiunto prodotto dall'industria in senso stretto per l'anno 2018 (ultimo dato disponibile) ha raggiunto 3.748 milioni di euro, corrispondenti al 23,2% del valore aggiunto totale.

Il settore turistico è un comparto che nel corso degli anni ha registrato dati in costante crescita. Purtroppo il settore è stato fortemente penalizzato dalla pandemia, ma il periodo estivo ha dimostrato buone capacità di ripresa, con il ritorno di numerosi turisti stranieri interessati a vacanze all'aria aperta, lontano dalle mete troppo affollate. Le imprese turistiche sono 4.300, più del 90% riferite ad attività di ristorazione. Grazie all'impegno degli operatori nella ricerca della qualità attraverso l'utilizzo di materie prime eccellenti e la valorizzazione delle antiche ricette della

tradizione piemontese, il territorio è diventato un punto di richiamo per gourmet e appassionati del buon bere e della buona cucina.

Il valore aggiunto prodotto dai settori commercio e turismo ammonta a 4.024,2 milioni di euro e rappresenta il 25% del totale territoriale.

Il commercio con l'estero

Dai dati appena resi disponibili dall'Istat, **il valore delle esportazioni nel 1° semestre 2021 con riferimento al territorio aggregato di Alessandria e di Asti ha sfiorato i 4.625 milioni di euro, a fronte di importazioni per 2.514 milioni di euro.** Il saldo della bilancia commerciale risulta pertanto positivo per 2.111 milioni di euro, registrando un incremento di 467 milioni di euro rispetto ai primi sei mesi del 2020.

Nel 1° semestre, nonostante i problemi collegati alla terza ondata epidemiologica, **il commercio con l'estero delle province di Alessandria e Asti ha evidenziato un trend in forte crescita registrando un aumento rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente del 32,5% per le esportazioni e del 36% con riferimento alle importazioni.** Guardando ai dati delle singole province l'export astigiano è cresciuto del 44%, mentre quello alessandrino si è attestato a + 26,6%. I risultati conseguiti da Asti e Alessandria, per quanto siano ancora leggermente inferiori ai volumi delle transazioni del periodo pre-Covid, sono superiori alla media regionale che si attesta intorno a un +30% sia per l'import che per l'export e alla media nazionale (+24%).

	ALESSANDRIA ASTI	PIEMONTE	ITALIA
IMPORTAZIONI (in milioni di euro)	2.514	17.158	221.398

Variazione % rispetto al 1° sem. 2020	+36,1%	+30%	+24,1%
ESPORTAZIONI (in milioni di euro)	4.625	24.035	250.099
Variazione % rispetto al 1° sem.2020	+32,5%	+29,5	+24,2%
Saldo BILANCIA COMMERCIALE (in milioni di euro)	+2.111	+6.877	+28.701

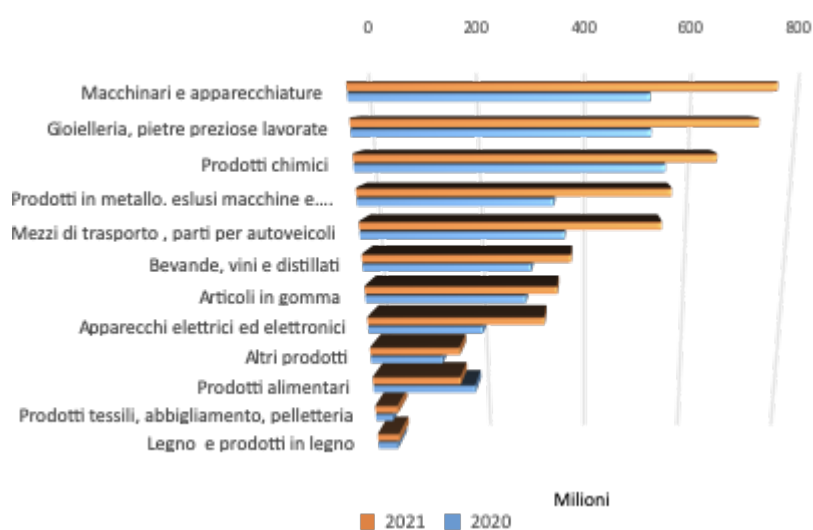
Fonte: Elaborazione Camera di commercio di Alessandria-Asti su dati Istat

Pressoché tutti i settori hanno evidenziato dati in sensibile crescita. **Il volume di vendite oltre confine di vino e distillati si è attestato a 377,5 milioni di euro, con un'incidenza dell'8% sul totale dell'export delle due province e una variazione del +24% rispetto al primo semestre 2020.** Gli Stati Uniti sono il partner commerciale più importante: nei primi 6 mesi dell'anno hanno acquistato dalle aziende astigiane e alessandrine prodotti alcolici per oltre 113 milioni di euro, con un incremento del 67% rispetto allo stesso periodo 2020. Seguono, in ordine per volume d'affari, la Germania (55 milioni di euro, +13%), la Francia (18 milioni di euro, -18%), il Regno Unito (16 milioni di euro, -21%), il Belgio (13 milioni di euro, -19%), la Svezia (10 milioni di euro, +42%), la Polonia, la Danimarca e la Svizzera con oltre 9 milioni di euro e acquisti in crescita rispettivamente del 61%, 52% e 15%. Tra i Paesi che, pur con volumi più ridotti, hanno visto crescere sensibilmente la domanda di vino abbiamo la Croazia (+265%), la Lituania (+198%), gli Emirati Arabi (+193%), la Romania (+147%), la Corea del Sud (+112%) e la Cina (+69%).

Guardando agli altri prodotti, **risultano particolarmente richiesti all'estero i macchinari e le apparecchiature, tra cui quelli dell'enomeccanica**, che, con vendite per 727 milioni di euro incidono per il 16% sull'export totale segnando un

incremento del 42% rispetto al 2020, l'oreficeria con un volume di export intorno ai 700 milioni di euro, pari al 15,1% del totale e con un incremento del 36% sull'anno precedente, i prodotti chimici (630 milioni, +16%), i prodotti metallurgici (554 milioni, +60%), mezzi di trasporto, parti e accessori per autoveicoli (538 milioni, +47%), articoli in gomma e materie plastiche (352 milioni, +20%).

Commercio con l'estero – Confronto prodotti esportati 1° semestre 2021/2020



Fonte: Elaborazione Camera di commercio di Alessandria-Asti su dati Istat

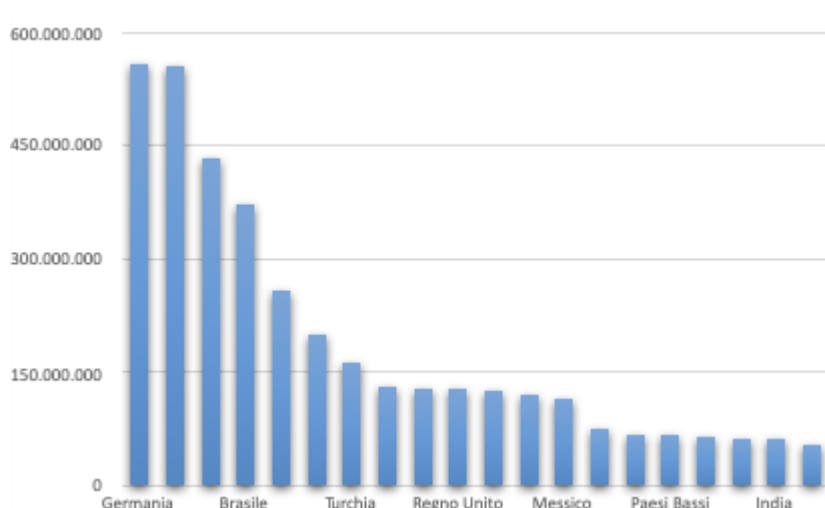
Analizzando la destinazione dei prodotti, l'Europa, con 2.927 milioni di euro, assorbe più del 63% dell'export delle province di Asti e Alessandria, confermandosi quale principale bacino di riferimento. In ambito europeo i principali partner commerciali sono la Germania (558,6 milioni di euro, +33%), la Francia (555 milioni, +119%), l'Irlanda (259 milioni, +177%), la Spagna (201 milioni, +108%), la Turchia (164 milioni, +110%), il Regno Unito (129 milioni, +80), la Polonia (126 milioni, +132%) e la Svizzera (122 milioni, +93%).

Il mercato americano ha acquistato beni per 1 miliardo 26 milioni di euro, di cui 434 milioni assorbiti dagli Stati Uniti, 373 dal Brasile e 116 dal Messico. Nel continente

asiatico sono stati esportati prodotti per 549 milioni di euro, il 29% in più rispetto allo stesso periodo 2020. I principali Paesi partner in Oriente sono la Cina che ha acquistato prodotti per 131 milioni di euro (+137%), Hong Kong (130 milioni, +158%), l'India (62 milioni, +172%), il Giappone (56 milioni, +75%).

L'export verso l'Africa ammonta a 98 milioni di euro (+16,6%). In Oceania sono state vendute merci per 25 milioni di euro, che rappresentano soltanto lo 0,5% del totale, con una contrazione del 5% rispetto all'anno precedente.

Commercio con l'estero: i principali Paesi di destinazione



Fonte: Elaborazione Camera di commercio di Alessandria-Asti su dati Istat

Nomine: riapertura dei

termini per la Commissione di Garanzia

Sono iniziate le procedure per la riapertura dei termini per le candidature a diversi enti, come la Commissione di garanzia, il Cda della Azienda pubblica di servizi alla persona "Casa benefica", il Consorzio di bonifica "Associazione irrigazione Est Sesia" di Novara e la Commissione per il patrimonio speleologico.

La data ultima per la presentazione delle candidature è quindi stabilita per **il 7 febbraio**, in particolare per:

- **Commissione di garanzia:** elezione di un componente in sostituzione di **Paolo Cattaneo**;
- Un membro del **Consiglio di amministrazione della Azienda pubblica di servizi alla persona Casa Benefica**;
- Un rappresentante al **Consorzio di irrigazione e bonifica "Associazione Irrigazione Est Sesia" di Novara - Assemblea dei Delegati**;
- **3 rappresentanti per la Commissione tecnico consultiva per la tutela del patrimonio speleologico della Regione Piemonte.**

L'istanza di candidatura deve essere sottoscritta e presentata al Presidente del Consiglio regionale inviandola all'indirizzo pec unitamente a copia fotostatica non autenticata di un documento di identità del sottoscrittore.

Sono mantenute valide le candidature già pervenute che, quindi, non dovranno essere ripresentate.

I bandi e tutte le informazioni necessarie per eventuali candidature per i garanti o per gli altri organismi in scadenza, sono disponibili presso gli uffici della Commissione consultiva per le nomine e nell'area dedicata ai comunicati della Commissione nomine, sul sito istituzionale del Consiglio

regionale.

Unioncamere Piemonte: oltre 3.500 aziende in meno nei primi tre mesi del 2020

In base ai dati del Registro imprese delle Camere di commercio, emerge come nei primi tre mesi del 2020 siano nate 7.181 aziende in Piemonte, a fronte di 10.712 cessazioni (valutate al netto delle cancellazioni d'ufficio).

Il saldo è risultato negativo per 3.531 unità (nel I trimestre 2019 era stato di 3.067).

Lo stock di imprese complessivamente registrate a fine marzo 2020 presso il Registro imprese delle Camere di commercio piemontesi ammonta così a 424.844 unità, confermando il Piemonte in 7^a posizione tra le regioni italiane, con il 7,0% delle imprese nazionali.

Il bilancio tra nuove iscrizioni e cessazioni si traduce in un tasso di crescita del -0,82%, peggiore rispetto a quanto registrato nel I trimestre del 2019 (-0,71%). Gli effetti conseguenti allo stato di eccezionalità in cui l'economia reale si sta muovendo appesantiscono ulteriormente il risultato di un bilancio che nei primi tre mesi dell'anno chiude sempre in rosso per effetto delle chiusure comunicate sul finire dell'anno precedente.

Va evidenziato come, nel periodo gennaio-marzo 2020, tutti i settori e tutte le realtà provinciali della nostra regione abbiano subito delle flessioni in termini di numerosità d'impresa. Il calo inoltre è risultato superiore rispetto a

quello evidenziato a livello nazionale (-0,50%).

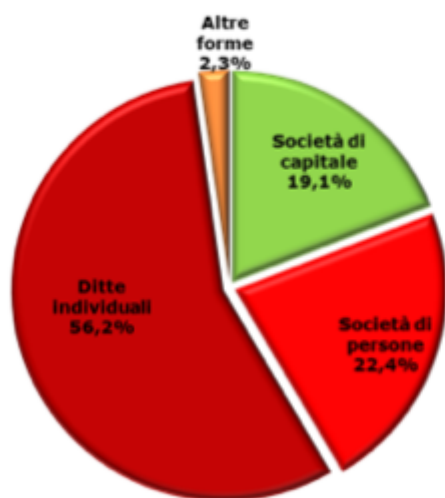
“Abbiamo una grande responsabilità verso le aziende del nostro territorio. Il Piemonte, già in questo primo trimestre dell'anno, non è performante e registra un trend peggiore rispetto a quello italiano: i primi segni dell'emergenza da Covid-19 si fanno già vedere. Il tasso di natimortalità delle imprese piemontesi è negativo per tutti i settori, anche per il 'turismo' e per gli 'altri servizi' che hanno sempre registrato andamenti migliori. Il tasso è negativo anche per tutte le province della regione e, tra forme giuridiche, tengono solo le società di capitale, più strutturate e organizzate per attraversare mari in tempesta.

Il nostro sistema si è però sempre basato su una fitta rete di piccole e medie imprese: a loro dobbiamo pensare in questa delicata fase con misure immediate, straordinarie e davvero efficaci. Non possiamo rischiare di perdere la nostra identità imprenditoriale: è necessario evitare subito che cresca la disoccupazione. Dobbiamo aiutare le imprese a traghettare questa pandemia. E dobbiamo farlo subito” afferma Ferruccio Dardanello, vicepresidente vicario di Unioncamere Piemonte.

Non emergono novità di rilievo analizzando la natimortalità delle imprese per classe di natura giuridica. A conferma di un trend ormai consolidato, infatti, il bilancio del tessuto imprenditoriale resta positivo solo per le imprese costituite in forma di società di capitale, che hanno registrato nel I trimestre 2020 un tasso di crescita del +0,32%. Continuano a ridursi, invece, le ditte individuali (-1,13%), le società di persone (-1,04%) e le altre forme (-0,54%).

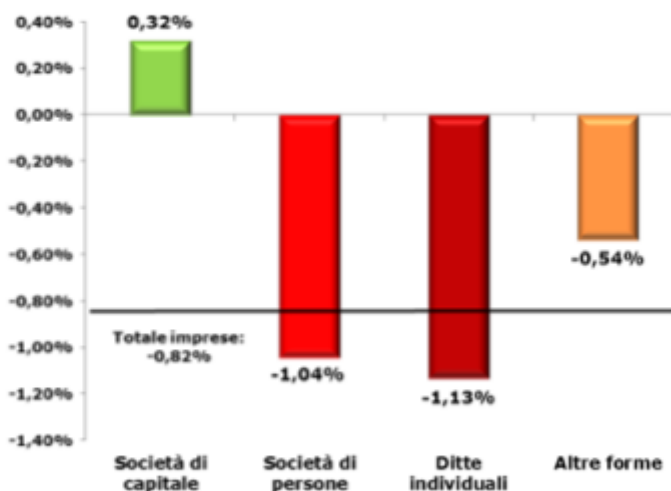
Imprese registrate per forma giuridica

Al 31 marzo 2020



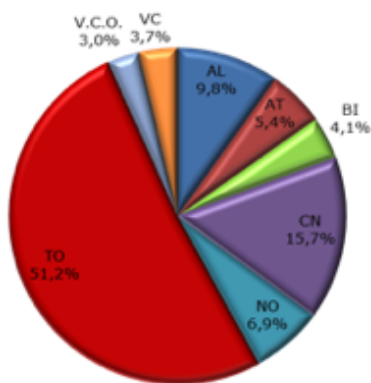
Tasso di crescita per forma giuridica

I trimestre 2020

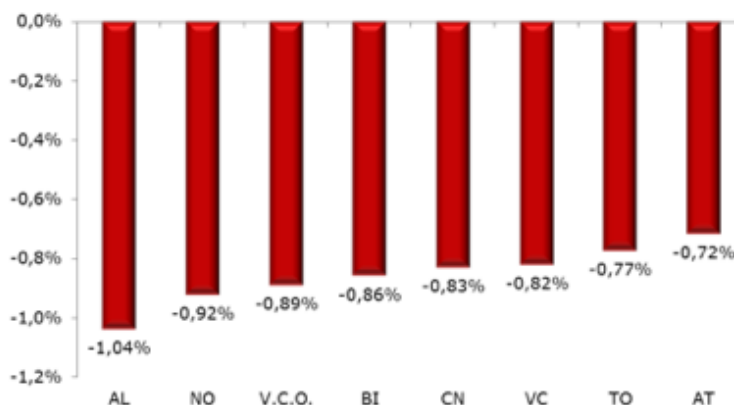


Fonte: elaborazione Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

Valutando i tassi annuali di variazione percentuale dello stock delle imprese registrate per settori di attività economica, si osserva come nessun comparto mostri tendenze espansive nei primi mesi del 2020. La performance peggiore appartiene al commercio (-1,43%), seguito a breve distanza dall'agricoltura (-1,30%). Decisamente negativo, per la prima volta negli ultimi anni, il trend del turismo, che segna una flessione dell'1,0%. Il linea con il dato medio regionale si colloca il comparto manifatturiero (-0,89%), mentre contrazioni di entità minore caratterizzano le costruzioni (-0,57%) e gli altri servizi (-0,25%).



Imprese registrate per provincia
Al 31 marzo 2020



Tasso di crescita per provincia
I trimestre 2020

Fonte: elaborazione Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

A livello territoriale si evidenziano flessioni superiori alla media regionale per Alessandria (-1,04%), Novara (-0,92%), Verbania (-0,89%) e Biella (-0,86%). In linea con il dato piemontese si collocano Cuneo (-0,83%) e Vercelli (-0,82%), mentre, con flessioni significative, ma inferiori a quelle delle altre realtà piemontesi, troviamo Torino (-0,77%) e Asti (-0,72%).

Unioncamere Piemonte: Riparte la domanda di lavoro delle imprese

Sono circa 37.500 i contratti programmati dalle imprese piemontesi per giugno 2021, 15.330 unità in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno e 9.240 unità in più rispetto all'analogo periodo del 2019, quando il mercato del lavoro non aveva ancora dovuto affrontare le problematiche causate dalla

pandemia da Covid-19.

Le previsioni sul recupero dell'economia nazionale e regionale e le tendenze positive in consolidamento dei mercati internazionali favoriscono, infatti, un cambio di passo nei programmi di assunzione che arrivano a superare anche i livelli pre-Covid.

Il 74,8% delle entrate riguarderà lavoratori dipendenti, il 18,6% lavoratori somministrati, il 2,0% collaboratori e il 4,5% altri lavoratori non alle dipendenze.

Nel 24% dei casi le entrate previste saranno stabili, ossia con un contratto a tempo indeterminato o di apprendistato, mentre nel 76% saranno a termine (a tempo determinato o altri contratti con durata predefinita).

Complessivamente nel trimestre giugno-agosto 2021 le entrate stimate ammonteranno a 86.980, il 6,8% delle 1.282.840 programmate a livello nazionale.

Queste alcune delle indicazioni che emergono dal Bollettino mensile del *Sistema informativo Excelsior*, realizzato da Unioncamere e Anpal.

Delle 37.500 entrate previste in Piemonte nel mese di giugno 2021 il 14% è costituito da laureati, il 35% da diplomati, le qualifiche professionali e l'assenza di un titolo specifico pesano rispettivamente il 21% e il 28%.

Anche a giugno sono i **servizi** a formare la fetta più consistente della domanda di lavoro con il 67,5% delle entrate (9.670 unità in più rispetto allo stesso mese del 2020 e 5.280 in più rispetto a giugno 2019). **L'industria** programma 12.170 entrate, generando circa il 32,5% della domanda totale del mese e segnando un incremento di 5.660 entrate rispetto a giugno 2020 e 3.960 rispetto allo stesso periodo del 2019. Nel dettaglio 9.420 entrate riguarderanno il comparto **manifatturiero** e 2.740 quello **edile**.

Il 19% delle entrate previste per giugno 2021 nella nostra regione sarà destinato a dirigenti, specialisti e tecnici (quota superiore alla media nazionale del 17,0%), il 32% sarà costituito da operai specializzati e conduttori di impianti, circa il 27% riguarderà professioni commerciali e dei servizi. Solo il 10% sarà rappresentato da impiegati. I profili generici produrranno il 12% delle assunzioni del mese.

A livello di area di funzionamento il peso maggiore è dato dalla produzione beni ed erogazione servizio (43%), segue l'area commerciale e vendita (22%) e quella tecnica e di progettazione (15%), la logistica si attesta all'10%, seguita dall'area amministrativa e finanziaria con il 5%. L'area direzionale, infine, pesa il 5% delle assunzioni previste.

Permangono, infine, le difficoltà di reperimento di alcune figure professionali: in 32 casi su 100 le imprese piemontesi prevedono, infatti, di avere difficoltà a trovare i profili desiderati, quota analoga rispetto a quella media nazionale (31 imprese su 100).

Le professioni più difficili da reperire in regione a giugno 2021 sono Specialisti in scienze informatiche, fisiche e chimiche (66 aziende su 100) e Operai nelle attività metalmeccaniche ed elettromeccaniche (62 aziende su 100). Per oltre un'impresa su due, infine, appare difficoltoso trovare anche Tecnici in campo informatico, ingegneristico e della produzione nonché Farmacisti, biologi e altri specialisti della scienza della vita.

CNA Ristorazione, presentato a Governo e Parlamento un pacchetto anticrisi

Debutto al tavolo del Governo per il presidente di CNA Ristorazione, il piemontese **Giovanni Genovesio**. Per cercare di arginare la forte crisi, una delegazione di CNA Ristorazione ha incontrato, nei giorni scorsi, il vice ministro del Ministero dello Sviluppo economico, **Gilberto Pichetto Fratin** e la presidente della 10a commissione Attività produttive, Commercio e Turismo, **Martina Nardi**, per analizzare quali sostegni fossero necessari per il comparto.

“Siamo d'accordo a un rafforzamento delle misure che consentano di ridurre la curva dei contagi. Non ci si può permettere nuove chiusure, l'economia ha bisogno di sicurezza e interventi decisi, per cui conveniamo con l'introduzione di strumenti come il Green Pass rafforzato, rilasciato alle persone vaccinate o guarite dal Covid”. A dichiararlo lo stesso Giovanni Genovesio.

Per il presidente di CNA Ristorazione “tutela della salute e salvaguardia delle attività economiche devono procedere appaiate. L'obiettivo del mondo della ristorazione è quello di non subire nuove chiusure e per raggiungerlo si può anche rafforzare il piano delle vaccinazioni. Va considerato, infatti, che il solo effetto annuncio di possibili chiusure per contrastare l'aumento dei contagi ha già provocato numerose disdette di prenotazioni per vacanze nel periodo natalizio. Non possiamo perdere un'altra stagione, pena la chiusura di migliaia di imprese”.

I problemi legati più strettamente all'emergenza sanitaria non sono gli unici che continuano a flagellare il comparto.

Tra le richieste avanzate dalla CNA, condivise anche dal vice ministro, la reintroduzione dei voucher; l'istituzione della transazione fiscale affinché con l'Agenzia delle entrate e l'Amministrazione pubblica si possa concordare una dilazione di pagamento a favore delle imprese; l'ampliamento del plafond di credito dei 30mila euro, su richiesta, garantito dallo Stato e l'allungamento del periodo di estinzione del debito oltre i 120 mesi; un intervento a sostegno degli affitti, in aggiunta al credito d'imposta attuale, la sospensione della Tosap e la semplificazione degli adempimenti per l'impiego degli spazi esterni, interventi che debbono essere tuttavia garantiti anche alle imprese artigiane che consentono il consumo immediato sul posto dei propri prodotti e che hanno a disposizione spazi esterni.

All'incontro hanno partecipato con il presidente di CNA Ristorazione, **Giovanni Genovesio**; **Andrea Borghini** dell'Esecutivo e il responsabile di CNA Agroalimentare, **Gabriele Rotini**.

Luca Crosetto: “Sui danni dell'alluvione stop a

proclami e burocrazia. □ Chiediamo al Governo un impegno immediato sulla ricostruzione”

Non possiamo continuare a rivolgerci al Governo con “il cappello in mano”, onorando il tradizionale aplomb sabauda che ci chiede di moderare toni e richieste.

E’ora di dire “Basta parole, vogliamo fatti immediati”. Un appello forte e determinato che deve essere corale, partendo da tutte le istituzioni e le categorie economiche del nostro territorio.

È determinata la voce di **Luca Crosetto**, presidente di **Confartigianato Imprese Cuneo**, mentre analizza i dati drammatici del recente e gravissimo evento alluvionale, che in poche ore ha cancellato in molte vallate quel fragile sistema infrastrutturale, di cui da tempo immemore la Granda ne lamenta le carenze.

Danni incalcolabili a strade e ponti nelle valli Tanaro, Vermenagna e Gesso, ma anche danni rovinosi per tantissime piccole e medie imprese artigiane, del commercio e dei servizi che ora si ritrovano, dopo gli effetti negativi del Covid 19, a fare i conti con questa nuova grave emergenza.

«Non è più il tempo di passerelle e di proclami, – prosegue Crosetto – abbiamo bisogno che la Politica assuma seriamente le sue responsabilità. Le visite e le parole di conforto sono gradite, ma in un territorio così ferito, com’è il nostro, non bastano. Abbiamo bisogno in tempi rapidi di progettualità e finanziamenti per procedere alla ricostruzione, senza ingarbugliarci come al solito nei mille lacci burocratici.

C'è un mondo economico in estrema sofferenza che incredulo si domanda quale potrà essere ora il suo futuro. Tanti i paesi delle nostre montagne che stanno da giorni spalando fango, Limone Piemonte, Garessio, Ormea, Pamparato, Nucetto, Bagnasco. Comunità di cittadini e di imprese che cercano con fatica di ritornare alla normalità. E che dire del valico del Tenda, un'arteria cronicamente problematica, ma fondamentale per i cuneesi e per i tanti imprenditori con interessi transfrontalieri.

In poche ore sono andati distrutti non soltanto 40 km di valle Roya, la carreggiata all'uscita del tunnel e alcuni ponti, ma le opportunità professionali di tante aziende che quotidianamente percorrevano questa arteria per andare a lavorare in Costa Azzurra o in Liguria. Un danno che ha proporzioni enormi dal punto di vista produttivo e che costringe ora i nostri imprenditori a percorrere strade alternative molto più lunghe e con costi aggiuntivi.

E che dire del turismo transfrontaliero? La Valle Vermentina da sempre è meta di visitatori francesi e liguri con ottime ricadute economiche sul territorio. Ora tutto questo è stato irrimediabilmente azzerato. E per quanto tempo? Sul versante francese ieri si è recato addirittura il presidente Macron a testimonianza dell'attenzione governativa sulla vicenda. Non vorrei che tra un anno noi cuneesi ci ritrovassimo ad usare il calesse per raggiungere le nostre montagne, mentre dall'altra parte delle Alpi si utilizzasse una viabilità più moderna ed efficiente».

CCIAA Torino. Fino al 27 febbraio il progetto Marca a Madrid

I prodotti di design della collezione torinese MARCA sono presentati in questi giorni presso la prestigiosa sede del Matadero Madrid. L'esposizione s'inserisce nel quadro dell'invito che la Città di Torino ha ricevuto dal Madrid Design Festival, in qualità di città ospite d'onore.

Il progetto MARCA è promosso e sostenuto dalla Camera di commercio di Torino in collaborazione con il Centro Estero per l'Internazionalizzazione ed è ideato e curato da Barbara Brondi & Marco Rainò.

La Città di Torino – prima World Design Capital nel 2008 e dal 2014 Creative City UNESCO per il Design – lieta dell'invito ricevuto dal Madrid Design Festival, prende parte all'edizione 2020 di questo importante evento internazionale in qualità di città ospite d'onore. Partecipando al Madrid Design Festival la città intende raccontare, anche grazie alla collaborazione dell'Ambasciata d'Italia a Madrid, la sua marcata attitudine a promuovere innovative attività di progetto e la sua vocazione all'ideazione e sviluppo di processi di 'design thinking' fortemente distintivi.

Al Madrid Design Festival la città si presenta con un programma d'eccezione: con la mostra dei manufatti d'alta qualità compresi nella collezione promossa dal progetto MARCA e con due conferenze corali (presso il COAM, il 13 e il 15 febbraio) a cui prenderanno parte alcuni dei protagonisti del design torinese.



MARCA è una collezione di oggetti d'uso quotidiano frutto del connubio tra i designer selezionati e aziende manifatturiere localizzate in provincia di Torino. MARCA esprime le eccellenze del territorio torinese attivando una collaborazione virtuosa tra istituzioni, designer e aziende con il fine di valorizzare le capacità creative dei designer e le consolidate conoscenze tecniche dei produttori.

MARCA prende le mosse dalla considerazione che gli oggetti possono raccontare una storia, esprimere un pensiero e rivelare la creatività e l'arte di "saper fare" di chi li progetta e li realizza, doti che non mancano al tessuto imprenditoriale torinese e che meritano di essere conosciute in Italia e all'estero.

Gli oggetti compresi nel catalogo MARCA, sono ideati in modo da poter essere facilmente assemblati dall'utente finale. La fabbricazione di tutti i componenti è gestita dal produttore, ma l'oggetto nella sua configurazione conclusiva è composto dall'acquirente, che combina le parti di un vero e proprio "kit" con l'ausilio di istruzioni grafiche utili a guidarlo nelle distinte fasi del montaggio.



L'opera di assemblaggio è sempre caratterizzata da un'alta possibilità di interpretazione dell'utente, garantendo un'ampia gamma di combinazioni tra i vari pezzi che compongono

ciascun oggetto ed una certa "unicità" del prodotto finito.



Il progetto MARCA è promosso e sostenuto dalla Camera di commercio di Torino in collaborazione con il Centro Estero per l'Internazionalizzazione ed è ideato e curato da Barbara Brondi & Marco Raino`.

Al via i bandi 2023: finanziati investimenti per la sostenibilità e la competitività delle imprese

Prosegue l'impegno dell'Ente camerale a sostegno delle imprese. A maggio sono stati destinati, con appositi bandi, 100.000 euro per sostenere l'attività promozionale nei settori agricolo e zootecnico e 100.000 euro per supportare le attività di promozione, digitalizzazione e sostenibilità del settore commerciale, mentre lunedì 3 luglio si è aperto il bando per la corresponsione di contributi per la valorizzazione e promozione del settore turismo per il quale sono stati destinati 160.000 euro.

Quella del 10 luglio è una scadenza importante perché saranno in apertura altri quattro bandi che prevedono uno stanziamento complessivo pari a 1.200.000 euro.

Dopo l'esperienza del 2022, viene infatti riproposto il bando dedicato allo sviluppo dei criteri ESG (Environmental, Social e Governance) e alla transizione energetica per stimolare il percorso delle imprese cuneesi verso la sostenibilità. Forte di un plafond di 770.000 euro, il bando 2023 prevede la possibilità di finanziare le consulenze riferite a un ampio spettro di progettualità che spaziano, ad esempio, dall'analisi delle forniture di energia agli studi di fattibilità per progetti di riqualificazione energetica e di realizzazione di una Comunità Energetica Rinnovabile (CER). C'è anche la possibilità di formare e qualificare le risorse interne per il ruolo di Energy Manager con corsi di almeno 40 ore.

*“Lo scorso anno abbiamo inaugurato il primo Laboratorio ESG in Piemonte e con i bandi dedicati alla transizione energetica, allo sviluppo dei criteri ESG e ai voucher digitali vogliamo continuare ad aiutare il nostro tessuto imprenditoriale a vincere la sfida della doppia transizione – afferma il **Presidente Mauro Gola** – Accanto a queste risorse ne abbiamo impegnate altre, convinti che possano essere un booster per favorire le reti d'impresa, l'occupabilità dei giovani con progetti di alternanza scuola-lavoro e l'attivazione di progetti innovativi, inclusivi e sostenibili su tematiche di grande impatto sociale ed economico.”*

Il bando ESG è soltanto la prima di una serie di misure volte a supportare il sistema imprenditoriale cuneese. Uno stanziamento di 50.000 euro finanzia un bando destinato a supportare la costituzione, l'eventuale revisione e la promozione delle reti d'impresa, tipologia contrattuale che consente di mettere in comune attività e risorse per migliorare il funzionamento aziendale e rafforzare la competitività delle aziende senza che debbano rinunciare alla

propria autonomia giuridica individuale.

L'Alternanza scuola-lavoro, attraverso l'esperienza pratica, aiuta a consolidare le conoscenze acquisite a scuola e testare sul campo le attitudini degli studenti, ne arricchisce la formazione e i percorsi di studio. Con uno specifico bando sono stati destinati 80.000 euro per incentivare le imprese che attivano percorsi di alternanza scuola lavoro con studenti della scuola secondaria di secondo grado e i centri di formazione professionale (CFP), con durata minima di 80 ore.

E' invece di 300.000 euro lo stanziamento messo a disposizione delle Associazioni di categoria per favorirne gli investimenti in progetti, innovativi, inclusivi e sostenibili ad alto valore sociale su tematiche di grande attualità quali la sostenibilità, l'occupabilità e il lavoro, i giovani, il reinserimento occupazionale, la qualificazione dei lavoratori stranieri.

È fondamentale capire l'impatto sul territorio delle proprie politiche e proprio per questo due di questi bandi sono stati inseriti, in via sperimentale, nella valutazione d'impatto che sarà realizzata dal Politecnico di Torino, Dipartimento di Ingegneria Gestionale sia per misurarne le ricadute economico sociali sulle imprese sia per acquisire elementi utili a migliorare la qualità e l'efficacia della programmazione degli interventi a sostegno dell'economia del territorio.

Nelle prossime settimane saranno destinate, con il sistema camerale piemontese e la Regione Piemonte, altre risorse al bando voucher digitali, uno strumento con il quale, da anni, accompagniamo le imprese nel loro percorso di digitalizzazione e di innovazione, indispensabile per accrescere la competitività sui mercati interni ed esteri.

Natale in Piemonte: tradizioni e curiosità per un mese di magici eventi

Appena concluso il festeggiamento per la fine di un anno che ha visto il Piemonte tra le destinazioni mondiali numero uno per la classifica “Best in Travel” di Lonely Planet, la regione si è immersa nelle atmosfere natalizie con un cartellone di eventi dedicati al Natale nel più autentico spirito “made in Piemonte” presentato oggi nella Sala Stampa della Regione Piemonte.

Per più di un mese, da dicembre all’Epifania, il Piemonte è animato da un variegato programma di iniziative che attingono alle tradizioni legate al Natale, una delle matrici storico-culturali comuni alle diverse aree regionali, da valorizzare come parte integrante dell’identità del territorio.

Il contributo essenziale alla realizzazione del calendario natalizio piemontese è costituito dalle iniziative dei Comuni, insieme con i diversi soggetti pubblici e privati che hanno aderito **all’invito di Vittoria Poggio, Assessore alla Cultura, al Turismo e al Commercio della Regione Piemonte**. Rivolto a tutte le realtà locali con la richiesta di segnalare “cosa fare” durante il periodo natalizio nei rispettivi territori, l’invito ha permesso di raccogliere un’ampia varietà di proposte.

“Il nostro territorio è ricco di grandi tradizioni, fra le quali indubbiamente ricoprono un ruolo di rilievo quelle legate al periodo natalizio. Tra suggestivi mercatini, allestimenti di pregio e design, appuntamenti musicali e

teatrali dedicati al tema del Natale, antiche rappresentazioni (come la tradizione del Gelindo che un po' ovunque, nel nostro territorio, ci richiama a una forte autenticità), il Natale in Piemonte si presenta come un momento intenso, ricco di una offerta variegata e di altissima qualità, che non fa altro che porre ancora più in risalto il vasto patrimonio culturale, artistico, storico e paesaggistico di cui disponiamo" – dichiara Vittoria Poggio, Assessore alla Cultura, al Turismo e al Commercio della Regione Piemonte – . "Ecco perché ho ritenuto non solo opportuno, ma doveroso, svolgere un ruolo che credo competa pienamente alla Regione: quello di raccordo, soprattutto in chiave comunicativa, di ciò che di bello e prezioso accade in Piemonte, così da essere cassa di risonanza per territori e comunità. Abbiamo iniziato da questo Natale, ma proseguiremo con analogo modus operandi anche per tutti gli altri periodi rilevanti dell'anno: penso, ad esempio, alla stagione del Carnevale, alle rievocazioni storiche, alle tradizioni per Pasqua e a tutto quanto potrà essere raccontato in modo unitario e sinergico, affinché i territori si arricchiscano l'un l'altro, beneficiando di una comunicazione integrata che non può far altro che accrescere le potenzialità attrattive della nostra regione".

L'attività di raccolta e organizzazione degli eventi è stata curata da **VisitPiemonte – Regional Marketing and Promotion**, (la società *in-house* di Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte per la valorizzazione agroalimentare e turistica del territorio), che si è, inoltre, occupata della realizzazione di un'apposita sezione sul sito di promozione turistica: www.visitpiemonte.com, corredata di tutte le informazioni utili e del programma completo.

Un patrimonio di grande attrattiva che piemontesi e visitatori sono invitati a scoprire per vivere le feste in convivialità e allegria: mercatini tradizionali, suggestive installazioni luminose, concerti e spettacoli teatrali, scintillanti alberi di Natale ed evoluzioni su piste di pattinaggio addobbate a

fiesta. Inoltre, tante occasioni di incontro nella cornice
aulica di alcune delle magnifiche **Residenze Reali Sabaude**,
patrimonio mondiale UNESCO, già di per sé affascinanti
evocatrici di atmosfere magiche.

Un capitolo a parte merita la tradizione del presepe, che ogni
anno si arricchisce di inediti allestimenti artistici nelle
varie località piemontesi. Dalle rappresentazioni meccaniche
ai presepi storici, dalle Natività in formato gigante ai
presepi sull'acqua, fino ai mirabili gruppi scultorei che
animano le cappelle di alcuni dei **7 Sacri Monti del Piemonte**,
patrimonio UNESCO. Quello alla scoperta dei presepi del
Piemonte è un vero e proprio "tour" da intraprendere per
ammirare almeno alcuni degli esemplari più originali e
preziosi.

Tra i tanti appuntamenti non mancano, poi, le esperienze
gourmet per gustare prelibatezze dolci e salate della più
tipica tradizione natalizia piemontese, golose testimonianze
del variegato patrimonio artigianale e culturale del
territorio in chiave gastronomica. A fare la parte del leone
sono le "dolcezze", a cominciare dal morbido Panettone Basso
Glassato Piemontese (PAT – **Prodotti Agroalimentari
Tradizionali**, del Piemonte), preparato anche nell'insolita –
quanto tradizionale – versione alla grappa di Moscato, da
accompagnare ad una fumante tazza di cioccolata o di zabaione.
Ancora, un tocchetto di torrone, a base di nocciola **Tonda
Gentile delleLanghe** IGP, unica variante inserita dal Ministero
delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali tra i (PAT).
Infine, il tronchetto di Natale, un trionfo di cioccolato,
panna e crema di marroni, versione zuccherina del ceppo che un
tempo le famiglie contadine bruciavano nel camino la Notte di
Natale, in segno di buon auspicio, aspettando la Messa di
Mezzanotte.

Marchi, etichette e siti web nel comparto vitivinicolo

Un numeroso e interessato pubblico ha partecipato al convegno dal titolo: ***"MARCHI, ETICHETTE E SITI WEB: Facciamo chiarezza nel settore del vino"***: è questo il titolo del convegno organizzato dalla **Confagricoltura di Asti** che ha avuto luogo questa mattina, presso **l'Istituto Agrario "G. Penna" di Asti**.

L'incontro di stamane ha sviscerato l'intricata normativa sull'etichettatura, le leggi che regolamentano le informazioni che possono essere riportate sui siti web, con diverse delucidazioni sulla creazione, l'utilizzo e la protezione dei marchi.

Il convegno ha avuto inizio con il saluto di benvenuto da parte del "padrone di casa", ovvero il preside **Renato Parisio**. Sono poi intervenute diverse autorità locali che hanno portato i rispettivi saluti istituzionali: il vicepresidente della Regione Piemonte **Fabio Carosso**, l'assessore regionale all'Agricoltura **Marco Protopapa** (in collegamento da remoto), il consigliere con delega all'Agricoltura della Provincia di Asti **Davide Migliasso** e l'assessore all'agricoltura del Comune di Asti, **Riccardo Origlia**.

L'introduzione del convegno è stato curato dal direttore della **Confagricoltura di Asti Mariagrazia Baravalle** e del responsabile del settore vino **Bruno Rivella**. *"L'etichettatura, la creazione dei siti web aziendali e la registrazione dei marchi sono tematiche piene di ostacoli che molte aziende vitivinicole fanno fatica ad affrontare in modo ottimale"*, ha affermato il direttore Baravalle. *"Confagricoltura sarà sempre al servizio delle aziende per assisterle quotidianamente e per*

far sì che le norme non rappresentino più un ostacolo, bensì un'opportunità".

"Dopo il covid finalmente possiamo riunirci e confrontarci di persona con tematiche e problemi legati al comparto vitivinicolo come quello dell'etichettatura. Oggi grazie all'ausilio di esperti possiamo chiarire temi dei quali verranno definiti successivamente ulteriori specifici dettagli", ha dichiarato Rivella.

L'incontro è entrato nel vivo con l'intervento di **Angelo Di Giacomo**, già direttore dell'ICQRF di Asti (Repressione Frodi), ora consulente in materia vitivinicola di LJ Lex Studio Legale che ha trattato l'argomento "Norme sull'etichettatura". *"E' molto importante preparare un'etichetta regolare. Un'etichetta irregolare non consente di tenere il prodotto in cantina, né di venderlo, né di esportarlo".*

*"La tutela dei disciplinari e del marchio sono due pilastri per l'azienda vitivinicola su cui fondare la propria difesa cercando di evitare di incorrere in sanzioni e allo stesso tempo tutelare il proprio prodotto", ha affermato l'avvocato **Duillio Cortassa**, nel suo intervento dal titolo "Disciplina sanzionatoria dell'etichettatura".*

Anche il tema degli imballaggi è stato oggetto di analisi durante l'incontro di martedì: una materia di stretta attualità a seguito della proposta di un nuovo regolamento presentata dalla Commissione europea lo scorso novembre. **Alessia Fusco**, referente ufficio vino di **Asti Agricoltura** ha affrontato il tema dal titolo "Linee guida sulla normativa imballaggi". *"Tutti gli imballaggi devono essere opportunamente etichettati secondo le modalità stabilite dalla Commissione dell'Unione europea, per facilitare la raccolta, il riutilizzo, il recupero ed il riciclaggio", ha affermato Fusco. "La strutturazione delle etichetta si basa su due criteri fondamentali: il circuito di destinazione dell'imballaggio e il materiale che lo compone".*

Gli ultimi interventi sono stati quelli di **Alberto Furno** e **Luisa Curiale** di **Interpatent**, partner del convegno, che hanno parlato di *“Protezione e tutela di marchi, nomi a dominio e layout delle pagine web”*.

“Le aziende devono essere consapevoli dei rischi che corrono ma anche delle opportunità che gli si offrono quando decidono di utilizzare un marchio”, ha affermato Curiale. *“Le aziende vitivinicole oggi giorno devono interfacciarsi sempre più con il mondo del web, rilevante e fondamentale: protezione della pagina web e registrazione di nome e dominio sono gli interventi principali da adottare per avere una maggiore sicurezza informatica”,* ha proseguito Furno.

Le conclusioni del convegno sono state affidate al presidente e della **Confagricoltura di Asti, Gabriele Baldi**: *“l’incontro di oggi è stato sicuramente chiarificatore per molti produttori di vino e imbottiglieri che hanno necessità di essere sempre aggiornati sulle norme in continua evoluzione sull’etichettatura. Non tutto è ancora chiaro ma sappiamo che sarà necessaria una vera e propria rivoluzione all’interno del nostro sistema. Confagricoltura sarà a disposizione dei suoi associati per assisterli a fronte di un cambiamento imminente”*.