

Economia pontina



Il portale della Camera di Commercio supera quota 1.000 contatti al giorno



Tutti i corsi della STEP

Quadrimestrale della Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Latina
Sped. Abb. Post. 45% L. 662/96 c 20/B - Filiale di Latina
prezzo euro 0,60 - COPIA OMAGGIO



n. 372
aprile 2005



***La marcia
per la qualità
va liscia come... l'OLIO***

Colline pontine

arriva il marchio per l'olio

Il 21 marzo si è tenuta l'audizione pubblica per il disciplinare

Un nuovo marchio di qualità sta per aggiungersi alla mozzarella di bufala campana, al carciofo romanesco e al kiwi Latina.

Il 21 marzo si è tenuta nella sala Step l'audizione pubblica per illustrare il disciplinare di produzione dell'*olio Colline pontine*. Si tratta di un'iniziativa che ha un'importanza strategica per il rilancio dell'agricoltura collinare, e con essa, della difesa di un ecosistema delicatissimo.

L'area interessata dal disciplinare di produzione dell'olio va dai monti Lepini fino a quelli Musoni e comprende alcune

zone di pianura, come l'area di Aprilia. Un intervento che interessa non solo un microclima particolarissimo come quello delle colline dell'area pontina, ma anche una cultura agricola che costituisce forse una delle memorie più antiche della nostra provincia. In particolare l'iniziativa tende a valorizzare anche un particolare cultivar, quello della *itrana*, che costituisce il filo portante di questo prodotto. Per la prima volta si attiva un procedimento di valorizzazione di produzioni collinari con una filiera che costituisce forse l'ultimo riferimento economi-

co delle aree interne della provincia di Latina. Il tutto si inserisce anche nel quadro di sviluppo dell'immagine delle zone collinari pontine in termini di offerta turistica che ha nelle produzioni agroalimentari un importante volano.

Per arrivare alla fase della valorizzazione del prodotto è stato importante il ruolo degli imprenditori che da alcuni anni stanno investendo notevoli risorse nella qualità dei cicli produttivi; qualità testimoniata da una lunghissima serie di premi regionali e nazionali conferiti agli oli extravergini di oliva dell'area pontina.

I comuni interessati al marchio sono:

- **Aprilia;**
- **Bassiano;**
- **Campodimele;**
- **Castelforte;**
- **Cisterna;**
- **Cori;**
- **Fondi;**
- **Formia;**
- **Itri;**
- **Lenola;**
- **Maenza;**
- **Minturno;**
- **Monte San Biagio;**
- **Sermoneta;**
- **Sezze;**
- **Terracina.**





La terra d'olio di qualità è anche vincente

**XII edizione del concorso
per i migliori
extravergine del Lazio.**

Premiati:

1° Magiarrà

(Sonnino)

2° Cetrone

(Sonnino)

3° Orsini

(Priverno)

Nella XII edizione del concorso regionale per i migliori oli extravergini di oliva, le Colline pontine si sono affermate come area d'eccellenza per la produzione di olio. Tanto che nella sezione "fruttato intenso", tre aziende pontine occupano i primi tre posti del concorso. Magiarrà si classifica al primo posto, seguita da Cetrone e da Paola Orsini. Tre prodotti d'eccellenza che testimoniano anche il progresso che le aziende pontine hanno fatto in termini di rapporto quantità-qualità. Alla azienda Magiarrà è andato anche il premio per il miglior olio biologico e il premio per il miglior prodotto monovarietale, il cultivar è quello dell'*i-trana* (lo stesso del disciplinare per il riconoscimento della denominazione di origine). Alla azienda Cetrone è andato il premio per la migliore confezione.

Questi risultati dimostrano quanto sia importante puntare sulla qualità dei prodotti. La Camera di Commercio è attiva nella procedura per il riconoscimento del Dop per l'*Olio coline pontine*. Vino ed olio inoltre sono i prodotti su cui puntare per il rilancio dell'agricoltura collinare. Rilancio che è il primo presidio per il mantenimento degli equilibri ambientali delle nostre colline.



Sedano bianco di Sperlonga

la nuova sfida di qualità

Restano positivi i saldi occupazionali ma le nuove opportunità sono in calo.



In dirittura di arrivo la procedura per il riconoscimento della indicazione di origine protetta per il sedano bianco di Sperlonga. Si tratta di un prodotto di nicchia di altissima qualità che può veicolare l'intera produzione ortofrutticola della provincia in generale e della piana di Fondi in particolare.

Il riconoscimento di questo marchio arriva dopo quello del carciofo romanesco, del kiwi Latina e della attivazio-

ne delle procedure per l'olio delle Colline pontine. La Camera di Commercio di Latina in sinergia con le associazioni di categoria sta mettendo in campo una rete di marchi con l'obiettivo di "qualificare" la produzione della ottava provincia italiana per valore aggiunto in agricoltura. Questo processo è favorito dagli investimenti consistenti che negli ultimi anni hanno fatto i produttori per migliorare i processi produttivi. Già oggi

nell'ortofrutta l'area pontina ha acquisito una leadership assoluta in Italia anche con le reti di distribuzione: il Mercato Ortofrutticolo di Fondi è tra i primi in Europa e il Mercato Ortofrutticolo di Latina è tra i primi 10 in Italia per movimentazione della merce.

La Camera di Commercio di Latina sta investendo nel polo agroalimentare come volano di sviluppo di tutta l'area pontina.

In senato il menù dell'Agro

Per due giorni i senatori mangiano kiwi, carne di bufala e carciofi. La miniera del gusto pontino si presenta e stupisce chi sa mangiare

Ma che sapore ha l'agro pontino? Lo hanno scoperto i senatori della Repubblica che per due giorni hanno mangiato con un menù tutto "made in Latina". Kiwi, carne di bufala, sedano di Sperlonga, fagioli lepini, arance di Fondi, salsiccia di Monte San Biagio e alici di Terracina.

Il tutto innaffiato con Passito Capitolium 2001, Moscato Oppidum, Solathyo 2003, Colle Amato 2000 e Oppidum.

Una selezione di vini che prova il livello di qualità raggiunto dalla giovane enologia pontina. Il tutto si è chiuso con crostata al kiwi e arancia.

La provincia pontina è l'area europea più importante per la produzioni di kiwi e ha volumi e qualità di produzione superiori anche al paese di origine del kiwi, la Nuova Zelanda.

L'iniziativa di portare al Senato la tradizione agroalimentare pontina è del Senatore Riccardo Pedrizzi che ha trovato il conforto della Camera di Commercio di Latina. Una iniziativa unica nel suo genere e che ha già ottenuto importanti riconoscimenti lo scorso anno. L'elaborazione dei piatti è stata affidata allo chef Italo Di

Cocco. Il kiwi ha una nuova patria, Latina. "A b b i a m o voluto ripetere - spiega il senatore

Pedrizzi - una iniziativa che tanto successo aveva avuto lo scorso anno, quando ho mutuato l'idea da una azione di un mio collega del nord". "Mi sono detto - continua Pedrizzi - se loro fanno promozione ad un solo prodotto noi che ne abbiamo tanti possiamo fare meglio".

L'iniziativa si è avvalsa del supporto tecnico della Camera di Commercio nell'ambito delle iniziative di promozione della qualità dell'agro alimentare pontino. La presenza al Senato non è un fatto isolato e si somma alle decine di iniziative nelle fiere internazionali, con una serie di workshop e con azioni sul territorio.

Oggi l'agricoltura di qualità è un biglietto da visita per far conoscere le culture locali e la qualità della vita dei singoli territori. L'iniziativa del Senato è stata anche una prova del nove per l'anello della catena finale, quello della ristorazione. Per



due giorni Italo Di Cocco ha lavorato insieme al suo staff con i responsabili delle cucine del Senato che hanno potuto apprezzare sia il livello professionale raggiunto dalla nostra ristorazione sia un modo originale di trattare prodotti.

La manifestazione è stata presentata dai responsabili della Camera di Commercio allo stesso presidente dell'assemblea Pera.

Per una volta le distanze tra Latina e Roma sono diventate reali e un nuovo modo di mangiare è stato apprezzato.

L'iniziativa si ripeterà anche il prossimo anno.

"Sono soddisfatto - spiega Pedrizzi - ed orgoglioso di aver portato al Senato la mia terra". Il presidente della camera di commercio Alfredo Loffredo ha espresso vivo apprezzamento per i risultati dell'iniziativa, che propone tra i responsabili politici una nuova immagine della provincia.



La Borsa Internazionale del Turismo, manifestazione internazionale, ha chiuso i battenti. Ad un vasto pubblico di operatori sono stati presentati i migliori pacchetti turistici, riproducendo scorci di luoghi dove viaggiare, sognare e... gustare.

La Camera di Commercio di Latina ha organizzato (nell'am-

Alla Bit hanno mangiato pontino

Il menù offerto dalla Camera di commercio alla fiera del turismo di Milano

bito dell'evento) una degustazione dei prodotti tipici pontini offerti dalle aziende aderenti al Club del Gusto, l'associazione dei migliori ristoranti e aziende di prodotti enogastronomici della provincia, nata qualche anno fa nell'ambito delle iniziative di sostegno al turismo.

La Camera di Commercio di Latina ha deciso di puntare sulla tradizione enogastronomica, proponendo in degustazione al pubblico un menù con i migliori prodotti pontini: tiella di Gaeta e mozzarella, pane di Sezze con olio pontino,

pasta ai carciofi di Sezze, saliccia di Monte San Biagio e olive di Gaeta, dolci tipici annaffiati da vini doc e igp.

Un mix di sapori che vogliono fare da testimonial ad un territorio turisticamente ancora tutto da sfruttare. Alla Bit la Camera di Commercio e gli operatori hanno voluto presentare la cultura e la qualità della vita della provincia pontina. Operazione riuscita in ragione dell'interessamento alle proposte turistiche da parte degli operatori italiani e stranieri.



I club del gusto si è fatto... milanese

I sapori di Latina fanno da vetrina al territorio pontino alla Bit

La Borsa Internazionale del Turismo si è tenuta dal 12 febbraio 2005 al 15. Nello stand della Regione Lazio al padiglione 14

sono stati allestiti una serie di eventi che hanno riscosso un forte successo di pubblico. Per la prima volta la provincia di Latina si è presentata con una strategia condivisa ed ha puntato a valorizzare il "prodotto Latina", inteso non solo come mare e ambiente ma anche come valore aggiunto culturale: gastronomia e cultura sono stati i campi scelti per qualificare la provincia. Una scelta che si muove nell'ambito della politica complessiva della Camera di Commercio, cioè quella di valorizzare le qualità del sistema economico locale.



A groalimentare, la fiera che vince

Marchi di qualità, Mof e le nuove sfide della concorrenza

L'agroalimentare è la linea di resistenza più solida del made in Italy, oggi nel mondo, sempre di più si mangia italiano e le filiere dell'agroalimentare sono la spina dorsale del sistema economico pontino. Il centro di questo sistema è anche il modello originale del lavoro pontino: il mercato ortofrutticolo di Fondi. Un gigante economico che affonda le sue radici in una rete infinita di piccole e piccolissime aziende agricole che grazie alle coltivazioni in serra riescono a compiere più cicli produttivi durante l'anno. Una sorta di grande catena alimentare che non ha mai pause di riposo. Un sistema, favorito dal clima, che non ha eguali in Europa.

Carote, zucchine, pomodori, sedano sono i prodotti di punta di questo sistema con il Mof come polo di commercializzazione, oggi leader a livello nazionale. Non solo, intorno al mercato sono sorti una serie di impianti che trattano i prodotti ortofrutticoli: insalate pronte e preparazioni per minestrone che sono oggi un indotto importante per il mercato.

Da Aprilia a Minturno le produzioni ortofrutticole pontine segnano una serie di record: primi per le carote, primi per le zucchine, primi per qualità nel sedano (per quello di Sperlonga è stata avviata la richiesta per l'Igp), primi al mondo per la produzione di kiwi

(in questo caso l'Igp è già stata riconosciuta).

Le 13.000 aziende agricole pontine iscritte alla Camera di Commercio hanno dato vita ad un originalissimo sistema economico che nel corso degli anni è riuscito ad adattarsi a tutti i mutamenti del mercato. Emblematica la storia del settore del florovivaismo: alla crisi del mercato per i fiori recisi

si è risposto con la creazione di una rete di aziende che lavorano le piante in vaso con livelli qualitativi e di volumi produttivi importanti a livello nazionale ed europeo.

Dopo anni di assenza è tornato attivo e trainante il settore della produzione vitivinicola, a fronte dell'idea di fare grandi produzioni di uve, eredità della cultura dell'uva da tavola (la famosa varietà *Italia* coltivata negli italiani rientrati dal nord Africa negli anni '70), si è passati ad una produzione di alta qualità. Oggi i vini pontini competono alla pari di quelli del resto d'Italia a livelli alti.

La filiera del latte si sta assestando, dopo un riallineamento degli allevamenti, con una produ-



zione che si è spostata dal settore bovino a quello bufalino e con un dimensionamento degli allevamenti verso dimensioni medio alte. Alcune quote di produzione di latte vaccino sono state cedute al nord, ma il polo caseario con la filiera del fior di latte con importanti marchi nazionali (Pettinicchio, Francia, Cuomo, Cisternino) e una serie di aziende artigianali di alto valore aggiunto qualitativo, resta uno dei punti di forza del sistema economico pontino e lo rende del tutto originale nel contesto dell'agricoltura dell'Italia centro meridionale. La provincia pontina è tra le prime nove in Italia per valore aggiunto del settore agricolo.

La sfida delle imprese innovative e giovani

Le imprese italiane saranno premiate il prossimo 9 maggio nel corso della Giornata dell'Economia.

È partita la caccia alle migliori 18 aziende del nostro paese, che si siano distinte per la capacità di innovare, per la longevità e per l'impegno sociale. Unioncamere in collaborazione con lo Studio Ambrosetti, premierà 3 tipologie di imprese nel corso della Giornata dell'Economia 2005.

Il premio Unioncamere per la giovane impresa innovativa sarà assegnato a 12 imprese italiane (le prime 3 di ciascuno dei seguenti settori: Agricoltura, Artigianato, Industria, Commercio e Servizi) nate negli ultimi 5 anni, che si siano distin-

te per la loro capacità di innovare e di creare valore. Il 1° premio consisterà in una borsa di studio di un anno per un giovane ricercatore, che avrà la possibilità di effettuare uno stage presso l'azienda.

Il premio Unioncamere per l'impresa longeva e di successo, verrà assegnato a 4 aziende nate prima del 31 dicembre 1954, che abbiano dimostrato di mantenere la continuità generazionale nella gestione della loro attività.

Il premio Unioncamere all'impresa socialmente responsabile premierà, infine, l'impresa giovane e quella tradizionale,



che abbiano adottato un comportamento secondo i principi della CSR (Corporate Social Responsibility).



Nuovo orario al pubblico

gli uffici aperti fino alle 12.00

Cambia la strategia per venire incontro ai bisogni delle imprese e dei professionisti

Dal 1° febbraio 2004 l'orario di ricevimento del pubblico della Camera di Commercio è cambiato e la chiusura non viene più effettuata alle 11.00 ma alle 12.00. Nell'ottica delle nuove politiche di rapporto con il pubblico, la Camera di Commercio di

Latina ha deciso di prolungare l'orario di apertura al pubblico, nella certezza di incontrare le esigenze della propria utenza, come emerso dall'ultima indagine di soddisfazione dei clienti condotta a metà anno 2004. Dunque, dal 1° febbraio 2005 il nuovo orario di ricevimento del pubblico della Camera di Commercio di Latina (incluse le sedi decentrate di Formia e Fondi) è stato prolungato ed unificato per tutti i servizi. Una

scelta dettata dalla volontà di andare incontro alle esigenze che gli ordini professionali e gli utenti in generale hanno esPLICITATO ampiamente durante la somministrazione dei questionari di verifica della soddisfazione, anche se l'indagine era riservata agli utenti del Registro Imprese, in particolare dello sportello fisico. Opportuno, dunque, il prolungamento dell'orario di apertura al pubblico mattutino.

Contratti tipo, una scelta di "qualità"

La camera invita le imprese
ad aderire al progetto

La Camera di Commercio ha sviluppato un progetto a tutela dei consumatori e per la valorizzazione di alcune attività attraverso dei contratti tipo. Chi utilizza questo sistema accede ad un marchio di qualità, una opportunità di crescita qualitativa delle relazioni tra imprese e consumatori.

Sono 5 i settori individuati per avviare il progetto, selezionati in ragione del livello di contenziosi rilevati. I settori pilota sono: intermediazione immobiliare, arredi, cine-foto-video, lavanderie e tintorie, agenzie di viaggi. Per ciascuna di queste categorie è stato realizzato un contratto tipo, alla cui stesura hanno contribuito le associazioni dei consumatori, le associazioni d'impresa e gli ordini professionali, con previsione negli schemi negoziali predisposti, dell'utilizzo dell'arbitrato e della conciliazione camerale come forme di giustizia alternativa che permettono, oggi più di ieri, di realizzare il risparmio di due risorse estremamente preziose: tempo e denaro. Di questi contratti si può prendere visione

LE AGENZIE DI VIAGGIO CHE HANNO ADERITO AI CONTRATTI TIPO

N.	COGNOME	NOME	DENOMINAZIONE	SEDE
1	D'ANELLA	NICOLETTA KATIA	SPIRIT OF TRAVEL BY TRAVEL STORE SNC	FORMIA
2	CAMPAGNA	BRUNO	GENTUR GENTETURISMO	SAN FELICE CIRCEO
3	DI MEO	GIUSEPPE	SHUTTLE VIAGGI E TURISMO	TERRACINA

all'Ufficio Tutela del Mercato (0773/672298).

Per qualsiasi informazione o delucidazione, ma, soprattutto, per aderire, gratuitamente, ad una iniziativa che nasce con il duplice intento di tutelare i consumatori e di permettere, a quelle imprese

che credono nella trasparenza quale elemento caratterizzante di qualità e che comprendono il valore di una cultura orientata a fornire servizi chiari e onesti, di contraddistinguersi, anche fregiandosi di un marchio rilasciato dalla propria Camera di Commercio.

LE AGENZIE DI MEDIAZIONE IMMOBILIARE CHE HANNO ADERITO AI CONTRATTI TIPO

N.	COGNOME	NOME	DENOMINAZIONE	SEDE
1	RISI	ANNA ITALIA	ASTRA IMMOBILIARE	SABAUDIA
2	PROSCIO	FULVIO	IMMOBILIARE EUROPEA	APRILIA
3	IPPOLITI	AMEDEO	INTERMEDIACASA	APRILIA
4	MORINI	WALTER	MORINI WALTER	LATINA
5	STRAVATO	DANILO	S.I. STAVATO IMMOBILIARE	FONDI

Diritto annuale

Tutte le informazioni utili, la guida al pagamento e alla modulistica

Il 20 giugno è il termine ultimo per il pagamento del diritto annuo, per quest'anno le tariffe non sono aumentate. Di seguito tutte le informazioni utili per il pagamento e i relativi obblighi.

DIRITTO ANNUALE

Il Ministero delle Attività Produttive, di concerto con il Ministro dell'Economia e delle Finanze, con decreto interministeriale 23 marzo 2005 pubblicato sulla G.U. n. 82 del 9 aprile 2005, ha determinato gli importi del diritto annuale da applicare alle imprese iscritte o annotate nel Registro delle Imprese, per l'anno 2005 a favore delle Camere di Commercio, ai sensi dell'articolo 18 della legge 29 dicembre 1993, n.580 come modificato dall'articolo 17 della legge 23 dicembre 1999, n. 488.

TERMINI PER IL PAGAMENTO

Il Diritto Annuale deve essere pagato entro il 20 giugno 2005 (termine previsto per la corresponsione del primo acconto delle imposte sui redditi). Ai pagamenti effettuati oltre tale termine ma entro il 20 luglio 2005 deve essere corrisposta anche la maggiorazione dello 0,40%. Il pagamento va eseguito in unica soluzione tramite Modello F24, preferibilmente in occasione del pagamento di altre imposte, e può essere altresì compensato con eventuali crediti di imposta. Si rammenta che, nei casi di tardivo od omesso versamento, verrà applicata una sanzione amministrativa variabile dal 10 al 100% dell'ammontare del diritto dovuto, oltre al blocco del rilascio di certificati camerali.

ESEMPIO DI COMPILAZIONE MOD.F24

Si ricorda che l'unico elemento che consente l'esatta attribuzione del pagamento effettuato alla ditta è il

codice fiscale, pertanto si prega di compilarlo con attenzione, confrontandolo con quello presente negli archivi camerali (visura Registro Imprese) e provvedere alla correzione qualora dovesse essere constatata una difformità.

1. Riportare negli appositi spazi, con la massima attenzione, il codice fiscale e non la partita IVA (della Società o della Ditta Individuale), i dati anagrafici e il domicilio fiscale;

2. Indicare nella sezione del modello di versamento "Sezione ICI ed altri tributi locali" nello spazio riservato al "Codice ente" - la sigla automobilistica della provincia della Camera di Commercio destinataria del versamento (per Latina= LT);

3. Indicare nelle apposite colonne il codice del tributo 3850 e l'anno cui si riferisce il versamento;

4. Indicare correttamente l'importo che si versa nello spazio "Importi a debito versati".

N.B. Se sono dovuti diritti a diverse Camere di Commercio, indicare distintamente gli importi dovuti a ciascuna Camera e i relativi codici di riferimento sopra richiesti.

SOGGETTI TENUTI AL PAGAMENTO DEL DIRITTO ANNUALE 2005

Tutte le imprese attive/inattive iscritte o annotate nel Registro delle Imprese, anche se poste in liquidazione.

Il diritto è fisso e non frazionabile, pertanto anche un solo giorno di iscrizione nell'anno 2005 comporta il pagamento

dell'intero tributo.

Il diritto è dovuto per la sede legale e per ogni unità locale (1), alla/e Camera/e di Commercio di ubicazione. In caso di trasferimento da una provincia ad un'altra o di trasformazione societaria si paga il diritto per la situazione esistente al 1° gennaio.

Le imprese individuali, a seconda che siano iscritte nella sezione speciale o ordinaria del Registro Imprese, pagheranno un importo differenziato, come da tabella.

Le imprese iscritte nella sezione ordinaria sono tenute al pagamento di un diritto commisurato al fatturato dichiarato nell'anno 2004, come da tabella scaglioni di fatturato.

Nel caso in cui dall'applicazione delle aliquote di cui al comma 1 derivi un importo uguale o superiore a quello dovuto per l'anno 2004, le imprese sono tenute a versare lo stesso importo dell'anno 2004.

E' unità locale l'impianto operativo o amministrativo-gestionale, in genere ubicato in luogo diverso da quello della sede, nel quale l'impresa esercita stabilmente una o più attività economiche, dotato di autonomia e di tutti gli strumenti necessari allo svolgimento di una finalità produttiva, o di una fase intermedia, quali ad esempio: laboratori, officine, stabilimenti, magazzini, depositi, uffici, negozi, filiali, agenzie ecc.

Il fatturato, la cui definizione è prevista dall'art.1, comma 1, lettera f) del DM 11 maggio 2001, n.359, - si ricava

da UNICO 2004 - IRAP come precisato dal Ministero dell'Industria con circolare n. 3513/C del 22 maggio 2001:

1. per gli enti creditizi e finanziari tenuti alla redazione del conto economico a norma dell'articolo 6 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 87 la somma degli importi riportati nei righi IQ15 (interessi attivi e proventi assimilati) e IQ17 (commissioni attive);

2. per i soggetti esercenti imprese di assicurazione tenuti alla redazione del conto economico a norma dell'articolo 9 del decreto legislativo 26 maggio 1997, n. 173, la somma degli importi riportati nei righi IQ33 (premi) e IQ34 (altri proventi tecnici);

3. per le società e gli enti che esercitano in via esclusiva o prevalente l'attività di assunzione di partecipazioni in enti diversi da quelli creditizi e

finanziari, la somma degli importi riportati nei righi IQ1 (ricavi delle vendite e delle prestazioni), IQ5 (altri ricavi e proventi), IQ15 (interessi attivi e proventi assimilati);

4. per gli altri soggetti (imprese individuali, società di persone, società di capitali, enti commerciali ed equiparati, ecc.), la somma degli importi riportati nei righi IQ1 (ricavi delle vendite e delle prestazioni) e IQ5 (altri ricavi e proventi).

SOGGETTI NON TENUTI

AL PAGAMENTO

DEL DIRITTO ANNUALE 2005:

- le imprese nei confronti delle quali sia stato adottato un provvedimento di fallimento o di liquidazione coatta amministrativa nell'anno 2004 (salvo eventuale esercizio provvisorio dell'attività);

- le imprese individuali che hanno cessato l'attività nell'anno 2004 ed abbiano presentato la domanda di cancellazione dal registro delle imprese entro il 30 gennaio 2005;

- le società e gli altri enti collettivi che hanno approvato il bilancio finale di liquidazione nell'anno 2004 e hanno presentato la domanda di cancellazione dal Registro delle Imprese entro il 30 gennaio 2005.

CHI CONTATTARE

CCIAA di Latina

Via Umberto I n.80

Ufficio Diritto Annuale - 6° Piano

Resp. Siracusa Rosaria

Tel. 0773/672267-672300

dirittoannuo@lt.camcom.it

Attenzione alla marchiatura CE

Controlli a tappeto della Camera per prodotti elettrici, occhialeria e giocattoli

Alla luce del decreto legislativo sulla Sicurezza generale dei prodotti che ha previsto l'intensificazione della vigilanza su articoli elettrici, sui giocattoli, sugli occhiali da sole, nei confronti dei produttori e di tutti coloro che fanno parte della filiera di distribuzione e di vendita (ingrosso e dettaglio) di questi prodotti, la Camera di Commercio ha avviato dei controlli su tutta la provincia.

Le ispezioni mirano a controllare se tutta la merce interessata al decreto venga proposta alla clientela munita, in maniera indelebile, dell'indicazione di conformità ai requisiti di sicurezza previsti dalle Direttive Comunitarie ossia la marcatura CE, con le avvertenze

in lingua italiana circa le modalità d'uso e con tutte le informazioni utili alla valutazione e alla prevenzione dei rischi derivanti dall'uso normale o ragionevolmente prevedibile del prodotto.

Si ricorda che le sanzioni per queste carenze sono elevate e comportano, nello stesso tempo, il ritiro dei prodotti dal mercato.

La vigilanza è effettuata in collaborazione con il Ministero delle Attività Produttive, che avvalendosi anche delle Agenzie delle Dogane, può demandare alla Camera di Commercio ispezioni mirate a verificare che le imprese colpite da ordine di ritiro dei prodotti o di conformazione degli stessi alle norme vigenti, abbiano o meno ottemperato a quanto



richiesto, con la facoltà di comminare le sanzioni a norma di legge. Per qualsiasi informazione in merito è possibile contattare l'ufficio ispettivo (Sportello Sicurezza Prodotti) ai numeri 0773.672279-36-39 oppure collegarsi con il sito della Camera di Commercio www.cameradicommerciolatina.it, nell'area "Tutela del Consumatore".

Seci, la porta dell'economia pontina verso il mondo

Partecipazione a 12 eventi fieristici in Europa coinvolte due consorzi d'impres e oltre 100 aziende

Italìa, Francia, Spagna, Inghilterra sono i paesi dove le aziende pontine sono state accompagnate da Seci, la società per l'internazionalizzazione della Camera di Commercio leader nel mercato. Il settore più gettonato è quello agroalimentare, ma la Seci ha lavorato anche nel settore dei fiori, delle piante e dell'artigianato. Dopo tre anni di attività la Seci ha maturato una esperienza nella gestione degli eventi che la rende partner affidabile nel processo di apertura ai nuove mercati dell'economia pontina. Nel 2004 le aziende pontine

sono state presenti al: Mia di Rimini; Vinitaly di Verona; Cibus di Parma; London wine di Londra; Sana di Bologna; Flormart di Padova; Sial di Parigi; Iberflora di Valencia. Seci è stata presente anche al workshop di Athena a Latina; a Saperi & Saperi a Terracina. Il programma per il 2005 prevede una maggiore presenza di Seci e delle aziende pontine nel mercato europeo.

Il ritorno di questo lavoro? Oggi i prodotti agroalimentari pontini, a cominciare dal vino, hanno assunto una forte immagine e sono usciti dalla genericità. Il made in Latina comincia ad essere una realtà concreta anche grazie alla nuova cultura delle imprese che hanno investito nelle iniziative di Seci ed avanzano richieste sempre maggiori di sostegni per entrare nei mercati internazionali. Da bacino di produzione per Roma, Latina sta diventando un'area di produzioni ad alto valore aggiunto di qualità per i mercati europei.

Seci è anche il soggetto promotore di due organismi consortili integrati di imprese: il consorzio Agro dei Miti che raggruppa 30 aziende del settore agroalimentare ed è stato la capofila della rete consortile; la società con-



sortile Florlatina, che raggruppa gli operatori del settore florovivaistico. Inoltre, partecipa alla società Comitaly, in collaborazione con il Mercato Ortofrutticolo di Fondi per la commercializzazione all'estero dei prodotti ortofrutticoli. Una rete di soggetti che oggi coinvolge in totale 100 aziende specializzate e il Mof, il più grande mercato ortofrutticolo d'Europa.

Insomma una rete di leader.



A Valencia il made nel Lazio

lo presenta Seci

40 aziende della regione di cui 30 pontine
insieme ad Arsial all'Intermed

Seci è la struttura di riferimento per l'operazione Valencia. 50 aziende del Lazio hanno mostrato i loro prodotti ad Intermed la manifestazione agroalimentare più importante per il mercato iberico. Si tratta di un mercato, quello spagnolo, che mostra forti segni di crescita a fronte delle difficoltà dei mercati del nord Europa. Seci ha accompagnato a Valencia i prodotti delle 30 aziende che aderiscono al consorzio Agro dei Miti. L'iniziativa nasce in sinergia con Arsial e testimonia il riconoscimento alla cultura internazionale della società di promozione dell'internazionalizzazione della Camera di Commercio di Latina.

L'Evento

Dal 9 al 12 marzo, FERIA VALENCIA ha celebrato EXPO ITALIA 2005, il quarto Salone sulla Gastronomia Italiana, una rassegna che lavora per la promozione dei prodotti alimentari italiani. Questa edizione 2005 è stata inclusa all'interno della grande manifestazione InterAlimed 2005, e più in concreto nel seno del Salone delle Regioni Alimentari del Mediterraneo, una zona espositiva in cui, assieme ad EXPO ITALIA, sono state rappresentate le principali aree produttive dell'agroalimentazione della conca

mediterranea.

Presso EXPO ITALIA è stata allestita un'esposizione commerciale in cui il visitatore professionista ha potuto trovare i prodotti di prima scelta della gastronomia e della ristorazione (pasta fresca e secca, formaggi, insaccati, creme e salse, condimenti, prodotti da forno, vini, liquori, caffè...), pizze (farine, mixes, lieviti, prodotti da condimento...), macchinari (forni, impastatrici, macchine per la pasta, cucine industriali, freddo e conservazione, utensili, contenitori...) e molti altri servizi correlati come, per esempio, ditte di consulenza, informatica applicata (software ed hardware), formazione e pubblicazioni tecniche.

Allo stesso tempo, EXPO ITALIA ha offerto la possibilità di assistere ad esibizioni culinarie nonché di degustare i prodotti alimentari di prima scelta provenienti dal bel paese, all'interno di spazi adibiti appunto a questo scopo. L'ente organizzatore di quest'evento è FERIA VALENCIA, un'istituzione con più di 80 anni d'esperienza in materia di fiere commerciali internazionali, che si avvia inoltre, in fase di finalizzazione del progetto d'ampliamento e di migrazione dei propri impianti e dei nuovi padiglioni. Con il Salone delle Regioni Alimentari del Mediterraneo, InterAlimed 2005 ha offerto al



visitatore professionista i seguenti Saloni commerciali:

- SALONE DELLA GASTRONOMIA ITALIANA
- MOSTRALIMED
- VINI QUOTIDIANI
- DENOMINAZIONI D'ORIGINE
- REGIONI ALIMENTARI DEL MEDITERRANEO
- ALIMENTAZIONE E MACCHINARI PER LA RISTORAZIONE, L'INDUSTRIA ALBERGHIERA ED IL COMMERCIO AL DETTAGLIO.
- ALIMENTI PREPARATI

Valencia, l'ambiente idoneo

La città di Valencia si mostra l'ambiente idoneo per una vetrina commerciale e culturale di sintesi con l'Italia. Quest'ultima apporta la propria offerta enologica e gastronomica d'alta qualità. La Spagna, un paese con un mercato di più di 40 milioni di consumatori che hanno una grande predisposizione verso questi tipi di prodotti.

I punto nuove imprese aiuta gli audaci

Le modalità di sostegno ai giovani imprenditori

La Camera di Commercio di Latina, per sostenere e favorire la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, concede una serie di agevolazioni:

assistenza al credito agevolato nella misura massima di euro 51.645,69 per l'acquisto di attrezzature ed altri beni materiali ed immateriali ad utilità pluriennale, nonché per la ristrutturazione ed ammodernamento dei locali e degli impianti con garanzia del 60% della Camera; "contributo a fondo perduto di massimo euro 5.000,00 per le spese di gestione del primo anno di attività.

Possono beneficiare delle agevolazioni giovani di età compresa fra i 18 ed i 35 anni oppure, se di età superiore, in stato di non occupazione perdurante da almeno un anno dalla data di presentazione della domanda; laddove l'attività venisse svolta in forma societaria almeno i due terzi della compagine sociale e dei possessori del suo capitale dovranno avere i suddetti requisiti.

Il Punto Nuove Imprese della Camera di Commercio di Latina, servizio deputato alla promozione della neo imprenditorialità pontina, è stato istituito nel 1996. Attualmente sono attive due sedi, una a Latina (orario di

ricevimento dal lunedì al venerdì 8,30 - 12.00 e lunedì 15,30-16,30) e l'altra presso la sede decentrata di Formia (orario di ricevimento mercoledì 15,30-16,30).

Nel corso del 2004, le nuove imprese create con il supporto del Punto Nuove Imprese e beneficiarie delle provvidenze di emanazione camerale sono state 19, di cui 5 nell'area del golfo di Gaeta

Nei primi due mesi del 2005, lo sportello ha accolto 197 aspiranti imprenditori desiderosi di avviare un'attività in proprio, di cui 179 presso la sede di Latina e 18 presso la sede decentrata di Formia.

Nel periodo di riferimento (gen. - feb. 05), sono stati presentati tre progetti imprenditoriali, mentre, sono in corso di assistenza progettuale altri 10 business plan a valere sulle provvidenze camerale.

È previsto nei prossimi mesi un potenziamento della struttura per sviluppare l'assistenza alla creazione di nuove imprese giovanili.



Il Punto Nuove Imprese è aperto al pubblico dal lunedì al venerdì mattina dalle 8.30 alle 12.00 e il lunedì pomeriggio dalle 15.30 alle 16.30 presso la sede camerale di via Umberto I°, 80 a Latina; Il mercoledì pomeriggio, dalle 15.30 alle 16.30, lo sportello è attivo presso la sede camerale di Formia, in via Vitruvio.

Punto Nuove Imprese
Via Umberto I°, 80
C.C.I.A.A. Latina - via Carlo Alberto
0773/672278
marco.garozzo@lr.camcom.it

Economia, ora la crisi si sente.

**Costi in alto e cala l'occupazione.
L'annata 2004 e le previsioni
per il primo quadrimestre 2005,
L'analisi di Osserfare.**

La risultante dell'attuale debolezza congiunturale è un clima di incertezza avvertito dagli operatori locali: per la prima volta da inizio rilevazione, questi formulano attese non positive per i primi quattro mesi del 2005, sia in termini di domanda (-5,6% il saldo) sia in termini di fatturato (-6,5% il saldo), dovute principalmente alle difficoltà pronosticate dal commercio.

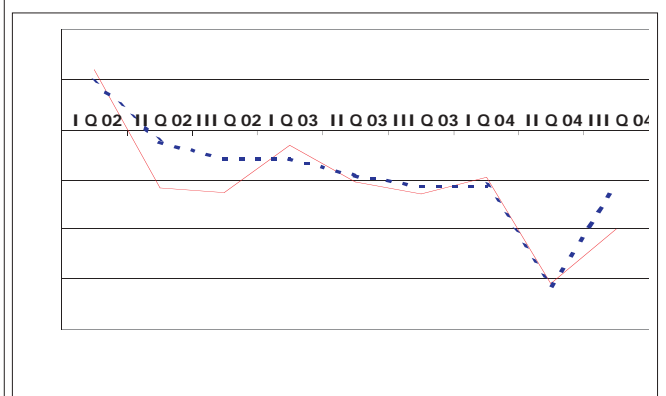
Gli atteggiamenti sono, tuttavia, alquanto disomogenei nei diversi comparti di attività: gli operatori commerciali si mostrano più pessimisti (-15% circa il saldo atteso relativo alla domanda ed al fatturato), seguono le attività turistiche; diversamente, le imprese dell'industria e dei servizi non si aspettano grandi variazioni rispetto alla performance del primo quadrimestre dello scorso anno. Il quadro occupazionale non sembra mostrare complessivamente variazioni di rilievo nella componente fissa (-0,9% il saldo), eccetto che per le attività turistiche in cui prevalgono intenzioni di ridimensionamento degli organici, non solo per le forme di impiego fisse ma anche per le atipiche. Come di consueto, complessivamente le imprese sembrano prediligere le tipologie di impiego più flessibili (+4,0% il saldo) sebbene, rispetto alle previsioni formu-

late per lo stesso periodo nelle precedenti rilevazioni, mostrino un dinamismo meno elevato.

In relazione ai prezzi di vendita sembrano prevalere attese di rialzi dei listini (+15,3% il saldo) che, influenzate dai modesti risultati economici degli ultimi mesi, potrebbero subire ritocchi importanti. La discriminante rispetto al passato la si rileva in termini di disaggregazione a livello di singolo comparto: gli incrementi, questa volta, non sembrano trainati dalle strategie degli operatori turistici ma sono previsti da una quota più rilevante di imprese commerciali e, in una percentuale più significativa rispetto al passato, dagli industriali, con una quota massima in serie storica del +16,2%. Il caro-petrolio e le maggiorazioni dei costi di molte materie costituiscono i fattori che maggiormente influiscono su queste previsioni e in assenza di svolte dovrebbero perciò portare a sensibili incrementi dei prezzi alla produzione.

Alle previsioni di maggiori tensioni dei prezzi si accompagnano, infatti, attese di accelerazione dei costi di esercizio: la quota di imprese che si aspetta di dover sostenere incrementi degli oneri operativi (+42% il saldo) risulta raddoppiata rispetto alle precedenti aspettative formulate ad inizio anno. Il gap è più evidente nell'industria e ciò spiega le mutate strategie di pricing degli operatori sopra indicate. Nonostante anche tra le imprese dei servizi prevalgano attese di accelerazione dei costi da sostenere, queste sembra non intendano intervenire applicando in maniera diffusa incrementi dei prezzi alla clientela, attente al mantenimento delle quote di mercato, in una fase di domanda sempre più debole.

**L'ANDAMENTO DELLA DOMANDA
E DEL FATTURATO (SALDO %)**



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Osserfare

STEP

Quando la formazione mette il turbo alle imprese

Da un progetto ideato e gestito dalla Camera di Commercio di Latina, nasce nel 1996, Step - Servizi e Tecnologie per l'Economia Pontina. L'obiettivo era quello di creare nel Lazio Meridionale un centro di alta formazione professionale nell'intento di fornire, da un lato servizi alle imprese e, dall'altro promuovere servizi di orientamento e professionalizzazione dei giovani. Oggi Step rappresenta una realtà in continua crescita, una struttura di riferimento sul territorio nel settore della formazione e della consulenza, grazie ad una organizzazione dinamica capace di rispondere con efficacia alle esigenze di un mercato in evoluzione.

Un efficiente interlocutore per le imprese e per i giovani, che si rivela di notevole contributo alla crescita della Provincia, grazie a progetti finalizzati alla rivitalizzazione del sistema economico locale, a partire proprio dalla creazione delle basi formative. Una realtà tesa verso l'innovazione ed il cambiamento, che opera ormai a tutto campo in uno scenario sempre più ampio, forte di una radicata cultura organizzativa e gestionale ed una consolidata rete di

alleanze con il tessuto imprenditoriale e con il mondo della ricerca e dell'università. Step è tra le prime società di formazione in Italia ad ottenere la certificazione UNI EN ISO 9001. Nel tempo la sua struttura organizzativa si è ampliata attivando nuove sedi dislocate strategicamente sul territorio. Oltre alla sede centrale di Latina, la società oggi può contare, infatti, su altre due strutture operative ubicate rispettivamente una nella città di Formia e l'altra a Latina Scalo, all'interno del Consorzio ASI per lo Sviluppo Industriale. Laboratori informatici, multimediali e linguistici, nonché un laboratorio dedicato all'elettromeccanica ed uno alle telecomunicazioni CISCO, rappresentano solo alcune tra le più moderne strumentazioni tecnologiche ed informatiche a disposizione dei percorsi formativi progettati e realizzati dall'agenzia formativa partecipata dalla Camera di Commercio di Latina.

Grazie all'Accreditamento presso la Regione Lazio, Step ha oggi la possibilità di proporre e realizzare interventi di orientamento e formazione professionale finanziati con risorse pub-



bliche, nel rispetto degli obiettivi della programmazione regionale. Oltre ai vari percorsi formativi a catalogo e a quelli realizzati su commessa con interventi mirati su specifiche esigenze aziendali, Step propone, dunque, una serie di corsi finanziati che vanno a colmare i fabbisogni formativi più rilevanti del territorio pontino. Una modalità concreta per realizzare percorsi di valorizzazione del capitale umano, finalizzati a facilitare l'incontro fra un sistema di occasioni formative di qualità e la domanda espressa dagli interessati è rappresenta-

ta dai cosiddetti "Voucher di formazione e lavoro" lanciati attraverso bando pubblico dalla Regione Lazio. In linea con la normativa europea in tema di formazione, che consente di orientare risorse comunitarie e nazionali verso percorsi personalizzati scelti dai destinatari, la programmazione della Regione Lazio mira, infatti, ad introdurre una formazione "a catalogo" per approdare a percorsi che possono essere scelti direttamente dall'utente in base alle proprie esigenze e fabbisogni. In accordo a tali piani di intervento relativi alla costituzione di un "Catalogo di offerta regionale di attività formativa", la Step progetta, dunque, percorsi formativi costruiti in base alle esigenze espresse dal territorio nell'ottica di creare le figure professionali realmente richieste dal mercato del lavoro.

Nel suo ruolo di supporto allo sviluppo locale, Step intende, infatti, armonizzare le proprie iniziative formative professionalizzanti con le dinamiche di crescita occupazionale dei settori economici che esprimono le migliori prospettive di sviluppo, offrendo un'ampia gamma di corsi finanziati o co-finanziati. Corsi strutturati in una alternanza di lezioni teoriche e simulazioni pratiche, project work e stage in azienda, che spaziano come ambiti tematici dalla contabilità al marketing e alla gestione organizzativa, per arrivare, passando per la qualità e l'ambiente, ad interessare il settore informatico in tutte le sue aree che puntano ad una

crescita professionale di giovani e meno giovani in cerca di occupazione, piuttosto che di occupati propensi all'aggiornamento e alla specializzazione.

L'aggiornamento e la riqualificazione del personale di qualunque livello rappresenta uno dei principali obiettivi che Step si pone nella progettazione di percorsi formativi indirizzati al mondo aziendale. Grazie ad una particolare sensibilità alle esigenze e ai bisogni rilevati nelle aziende legate al territorio, Step è in grado di analizzare i fabbisogni formativi, individuandone le soluzioni ottimali. Concreto punto di riferimento, dunque, nel campo della formazione, ma non di meno in quello della consulenza aziendale in cui STEP si rivela valido fornitore di servizi che spaziano nei settori di impresa di maggior rilievo ed interesse. Nell'ambito della pianificazione e del controllo di gestione, Step, si pone quale figura di supporto, affiancando l'azienda nel processo mirato all'ottimizzazione delle risorse disponibili, finalizzato ad una efficace gestione aziendale; nel campo della Sicurezza, offre una assistenza completa alle aziende nel percorso di valutazione e realizzazione di Sistemi per la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro, nonché di Sistemi di gestione ambientale certificati. Inoltre, progetta e realizza percorsi di assistenza alle aziende per l'attivazione di Sistemi di Qualità, fornendo il metodo, la documentazione, l'addestramento e la necessaria assistenza finalizzata all'ottenimento e al manteni-

mento della certificazione UNI EN ISO 9001:2000.

Step, in qualità di anello di raccordo tra il mercato del lavoro e quello della formazione, grazie allo Sportello OrientaLavoro, mira alla creazione di figure competenti da inserire ed integrare nel sistema economico. Per facilitare il passaggio dei giovani verso il mercato del lavoro la struttura offre alle aziende operanti sul territorio, una serie di servizi legati all'analisi dei fabbisogni professionali delle imprese finalizzati alla conseguente attivazione di tirocini formativi e di orientamento, tali da aprire un canale preferenziale che metta l'azienda in condizione di conoscere e valutare, nel periodo prestabilito, le reali attitudini e capacità operative dei candidati direttamente sul campo, attraverso lo stage. Step, dunque, in un'ottica di supporto allo sviluppo locale, svolge attraverso il servizio OrientaStage un ruolo di assistenza all'azienda occupandosi di tutte le procedure necessarie, inclusa la selezione degli stageur ricercati, facilitando in tal modo l'iter di attivazione.

Un impegno, quello di Step, che si concretizza in una ricerca costante di soluzioni innovative, capaci di interpretare i fabbisogni formativi e le esigenze consulenziali delle imprese, sviluppando progetti personalizzati in linea con le richieste avanzate, i cui contenuti e le cui metodologie didattiche siano sempre all'avanguardia al fine di poter rappresentare la risposta ideale per la crescita delle risorse umane.



FORMAZIONE E CONSULENZA TANTE OPPORTUNITA'. UNA SCELTA. LA TUA.

AMMINISTRAZIONE FINANZA E CONTROLLO

- DALLA CONTABILITA' GENERALE ALL'ANALISI DEL BILANCIO
- CONTABILITA' ANALITICA E CONTROLLO DEI COSTI
- LA GESTIONE DEL PERSONALE: BUSTE PAGA E LEGISLAZIONE DEL LAVORO
- IL BILANCIO COME STRUMENTO DI DIALOGO CON IL SISTEMA FUNZIONARIO
- LA RIFORMA DEL DIRITTO SOCIETARIO
- DIRITTO E TECNICHE IMMOBILIARI PER AMMINISTRATORI DI CONDOMINIO

MARKETING E VENDITE

- ELEMENTI DI MARKETING
- TECNICHE DI VENDITA
- GESTIONE DELLA RETE DI VENDITA E OTTIMIZZAZIONE DEL PORTAFOGLIO CLIENTI
- COMUNICAZIONE EFFICACE PER ADDETTI AL FRONT OFFICE

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

- COME CREARE UN ORGANIZZAZIONE EFFICACE
- IL PROCESSO DI SELEZIONE PER LE IMPRESE

• CONDUZIONE DELLE RIUNIONI

IGIENE AMBIENTE E SICUREZZA

- APPLICAZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI UN SISTEMA HACCP
- CAMBIAMENTI PER LA SICUREZZA ALIMENTARE
- GARANTIRE LA RINTRACCIABILITÀ
- ADEMPIMENTI NORMATIVI PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE IN MATERIA AMBIENTALE
- ADEMPIMENTI NORMATIVI NELLA GESTIONE DEI RIFIUTI
- CORSO PER DATORI DI LAVORO E RESPONSABILI DEL SERVIZIO PREVENZIONE E PROTEZIONE
(art.10 D.Lgs.626/94 - D.M.16/01/97 - art.3 D.Lgs.195/2003)
- IL RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA
(D.LGS. 626/94 - D.M. 16/01/97)
- ADDETTI AI SERVIZI ANTINCENDIO IN ATTIVITÀ A RISCHIO DI INCENDIO MEDIO
(D.LGS.626/94 - D.M.10/03/98)
- ADDETTI AI SERVIZI ANTINCENDIO IN ATTIVITÀ A RISCHIO DI INCENDIO ELEVATO
(D.LGS.626/94 - D.M.10/03/98)
- ADDETTI AI SERVIZI DI PRIMO SOCCORSO IN CASO DI EMERGENZA PER AZIENDE GRUPPO A
(D.LGS.626/94 - DECRETO N. 388/2003)
- ADDETTI AI SERVIZI DI PRIMO

SOCCORSO IN CASO DI EMERGENZA PER AZIENDE GRUPPO B e C

(D.LGS.626/94- DECRETO N. 388/2003)

- CORSO PER OPERATORI AI CARRELLI ELEVATORI
(ART. 22 E 38 D.Lgs.626/94)

• CORSO DI FORMAZIONE PER UTENTI DI GAS INDUSTRIALI

(Artt. 22 e 38 del D.LGS.626/94)

QUALITA' E MANAGEMENT

- LA CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITA'
- VALUTATORI INTERNI DI SISTEMI DI GESTIONE PER LA QUALITA'
- LE TECNICHE STATISTICHE E IL MIGLIORAMENTO CONTINUO
- PROJECT MANAGEMENT: COME GESTIRE UN PROGETTO
- TEAM BUILDING: COME COSTRUIRE E MOTIVARE I GRUPPI
- PROBLEM SOLVING: TECNICHE DI RISOLUZIONE DEI PROBLEMI
- ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLA PRODUZIONE
- LA LOGISTICA AZIENDALE
- CORSO PER L'ACCESSO ALLA PROFESSIONE DELL'AUTOTRASPORTATORE NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY. 01

Sistemi Operativi

- MICROSOFT WINDOWS 2003 SERVER
- LINUX BASE
- LINUX AVANZATO
- PATENTE EUROPEA - ECDL

1° Modulo CONCETTI TEORICI DI BASE

2° Modulo USO DEL COMPUTER E GESTIONE DEI FILE (Microsoft Windows XP)

3° Modulo ELABORAZIONE TESTI (Microsoft Word XP)

4° Modulo FOGLIO ELETTRONICO (Microsoft Excel XP)

5° Modulo BASE DI DATI (Microsoft Access XP)

6° Modulo STRUMENTI DI PRESENTAZIONE (Microsoft Power Point XP)

7° Modulo RETI INFORMATICHE (Internet e Posta Elettronica)

Applicativi

- OFFICE AUTOMATION
- NUOVO REGISTRO IMPRESE ONLINE

Networking

- CISCO NETWORKING ACADEMY PROGRAM
- SICUREZZA RETI INFORMATICHE

Programmazione

- PROGRAMMATORE WEB IN LINGUAGGIO ASP. NET
- PROGRAMMATORE WEB IN LINGUAGGIO PHP AVANZATO

Grafica

- WEB DESIGNER
- ADOBE PHOTOSHOP*
- MACROMEDIA DREAMWEAVER*
- MACROMEDIA FLASH*
- MACROMEDIA FLASH AVANZATO
- ADOBE PHOTOSHOP AVANZATO

Elettricità-Elettrotecnica Elettronica

- ELETTRICISTA CIVILE
- IMPIANTISTA INDUSTRIALE
- ANTENNISTA SATELLITARE

CAD-GIS

- IL DISEGNO TECNICO CON AUTOCAD (Corso base)

- IL DISEGNO TECNICO CON AUTOCAD (Corso Avanzato Tridimensionale)
- ARCHICAD, LA PROGETTAZIONE CON ARCHICAD
- IL GIS (INFORMATIZZAZIONE TERRITORIALE CON ACPMAP)

LINGUE STRANIERE

- INGLESE (BEGINNERS)
- INGLESE (INTERMEDIATE)
- INGLESE (ADVANCED)
- SPAGNOLO (LIVELLO BASE)
- SPAGNOLO (LIVELLO INTERMEDIO)
- TEDESCO (LIVELLO BASE)
- TEDESCO (LIVELLO INTERMEDIO)
- FRANCESE (LIVELLO BASE)
- FRANCESE (LIVELLO INTERMEDIO)

PER INFORMAZIONI ED ISCRIZIONI:

SEDE DI LATINA - Via A. Diaz, 3
Tel. 0773.441231 - fax. 0773.663674
email: stepspa@stepspa.it

SEDE DI FORMIA - Via Vitruvio, 1
Tel. 0771.23435 - fax. 0773.322394
email: segreteria-formia@stepspa.it

SEDE DI LATINA SCALO

Via Carrara, 12/A
Tel. - fax. 0773.820035

www.stepspa.it

Frisone

pontine da medaglia d'oro

Ottime posizioni raggiunte in classifica nazionale degli allevatori pontini che hanno contribuito al miglioramento genetico della vacca Frisona Italiana.

L'Associazione Nazionale degli Allevatori della vacca Frisona Italiana, il bovino bianco pezzato nero diffusissimo nel nostro territorio, ha pubblicato l'aggiornamento delle vacche Gold Medal, che rappresentano motivo di orgoglio per gli allevatori che hanno saputo selezionarle e sono altrettanto importanti per la selezione della Frisona nazionale stessa.

Gli allevatori della Provincia di Latina che, con bovine iscritte al libro genealogico della razza ed ai controlli funzionali presso l'Associazione Provinciale Allevatori, hanno meritato l'importante e prestigioso riconoscimento sono:

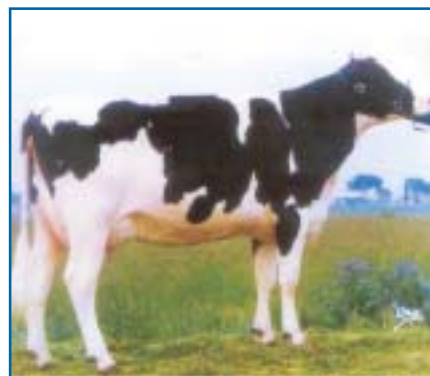
- l'allevamento "ALAN di Andriollo Giovanni Battista e Silvio", con la vacca a 6 stelle "Alan Prelude Kitty", condotto dai giovani Marco e Luca, creato dall'indimenticabile pioniere Silvestro Andriollo, di Pontinia;

- l'allevamento "Baretta Fabrizio e Davide ss", giovani conduttori dell'allevamento creato dal padre Franco, con la vacca 6 stelle "Baretta Bellwood Tonina", di Pontinia.

Queste vacche hanno contribuito a migliorare, sia direttamente sia attraverso la progenie, la genetica nazionale. Gli elementi che vengono presi in considerazione per la valutazione delle vacche sono:

produzione, morfologia, valore genetico e valore riproduttivo. Il raggiungimento di determinanti risultati, per ogni carattere considerato, viene premiato con l'attribuzione di una "stella". La qualifica di "Gold Medal" per una vacca scatta al raggiungimento della 6a stella ed essa viene inserita nella documentazione ufficiale del Libro Genealogico della razza con la sigla G.M., ogni vacca può maturare un massimo di 9 stelle. I continui risultati positivi che sta ottenendo a livello nazionale la genetica della Frisona pontina, prime fra tutti le continue affermazioni provinciali nel confronto nazionale, sono frutto del felice connubio, tra genetica e morfologia, che i nostri allevatori hanno saputo combinare in numerosi anni di selezione e che hanno portato ad ulteriori prestigiosi riconoscimenti. Ben cinque allevamenti dell'Agro Pontino: "Baretta Fabrizio e Davide ss" di Pontinia, "Ginnetti Ermelinda" di Pontinia, "Nardoni Amedeo e Giancarlo" di Pontinia, "Canciani Claudio Livio" di Sabaudia, "Molinari Giorgio" di Cisterna di Latina; sono inseriti, dal febbraio ultimo scorso, tra i primi 100 allevamenti a livello nazionale con la più alta media di indice PFT (ovvero: Produzione - Funzionalità - Tipo). Il valore genetico e la capacità produttiva di una vacca sono stimate da indici

genetici. Essi sono l'espressione più immediata del livello raggiunto da un allevamento. Il lavoro di anni di selezione è sinteticamente rappresentato dalla loro media, per singola stalla, che consente altresì la definizione di una graduatoria. Per le esigenze economiche del nostro paese la graduatoria per produzione, funzionalità e tipo è certamente la più rispondente. Gli allevatori iscritti ai Libri Genealogici ed ai controlli funzionali, presso l'Associazione Provinciale Allevatori di Latina, effettuano le scelte giuste per la rimonta aziendale utilizzando questi indici che stimano il valore genetico di una vacca.



La Camera garante nei concorsi a premio

**Nuovo servizio alle imprese svolto
dalla Camera per le manifestazioni a premio**



L'applicazione della nuova normativa sulle manifestazioni a premio, disciplinata dalla legge 49/1997 e dal dpr 430/2001, ha visto la Camera di commercio di Latina imporsi nel ruolo di protagonista facendosi carico con tempestività dei compiti assegnati.

Per manifestazioni a premio si intendono i concorsi a premio, dove le vincite sono assegnate grazie all'abilità, al merito o alla fortuna dei partecipanti che vengono estratti, e le operazioni a premio, dove, più semplicemente, i premi vengono assegnati a tutti i concorrenti attraverso il raggiungimento di un punteggio o di una certa quantità di prove d'acquisto.

Diverse le novità introdotte nel settore: la possibilità di costituire un consorzio di aziende

per la promozione dell'iniziativa, quella di delegare le fasi organizzative ad altri soggetti, ma soprattutto l'abolizione dei lunghi tempi di attesa dell'autorizzazione ministeriale sostituita da una semplice comunicazione al Ministero delle Attività Produttive. Non meno importante è la copertura del valore di mercato dei premi posti in palio attraverso un deposito cauzionale del 100% e l'obbligo di designare un'istituzione benefica senza scopi di lucro alla quale devolvere i premi non assegnati.

Lo spirito della legge è improntato ad una attenta tutela del consumatore e, contestualmente, anche ai principi della libera concorrenza e della tutela del mercato.

L'attività di controllo, nella

corretta applicazione della legge, è demandata al Ministero delle Attività Produttive e, nel caso dei concorsi, è affidata ai notai e ai funzionari della tutela del mercato della Camera di Commercio.

L'interesse dimostrato dalle aziende della provincia verso i concorsi a premio e la crescente domanda di partecipazione dei funzionari alle operazioni di assegnazione dei premi sottolinea il successo della strategia intrapresa dalla Camera nel settore.

*Per maggiori informazioni
rivolgersi presso l'Ufficio Ispettivo:*

Annibale Mansillo
Tel. 0773/672239
annibale.mansillo@camcom.it

Firma digitale e documento informatico

Da oggi nel codice dell'amministrazione digitale.
Le regole per la certificazione delle imprese,
convegno a Roma

In vista dell'imminente varo del "Codice delle pubbliche amministrazioni digitali" si è svolta a Roma, presso l'auditorium della Cassa Nazionale di previdenza ed assistenza forense, la tavola rotonda sul tema della "Firma Digitale e documento informatico nel codice dell'amministrazione digitale".

L'incontro, organizzato da InfoCamere, ente certificatore del sistema camerale, è stato presieduto dal professor Natalino Irti e ha visto la partecipazione di illustri esponenti del mondo giuridico italiano.

Il convegno è stato l'occasione per far emergere i vari pareri presenti in dottrina sul tema della firma digitale e del documento informatico.

Oggi un documento informatico sottoscritto con firma digitale ha un valore probatorio fino a querela di falso. Il nuovo Codice delle pubbliche amministrazioni digitali rivede il concetto, dando valore di scrittura privata al

documento firmato digitalmente, e riconduce l'utilizzo della firma digitale al titolare della smart-card, salvo possibilità di prova contraria.

La firma digitale, d'altronde, svincola totalmente la paternità di uno scritto dalle caratteristiche fisiche di colui che ne è l'autore; se la firma autografa apposta secondo i metodi tradizionali mantiene un legame "fisico" con il soggetto che materialmente ha formato il segno grafico, la firma digitale, frutto di una procedura informatica attivabile tramite l'utilizzo di una smart-card e l'inserimento di un codice segreto, non è più riconducibile ad una caratteristica fisica del suo autore e ciò determina il necessario ripensamento delle modalità con cui individuare la paternità del documento.

Nel corso della tavola rotonda si è dibattuto sulla portata della nuova norma. Ne è emersa appunto la necessità di un ripensamento che riesca a superare il



concetto di documento dal punto di vista formale per spostare l'attenzione sulla sempre maggiore importanza del principio di responsabilità: non più la riconducibilità grafica del segno al suo autore, ma l'obbligo di questi di assumere la responsabilità dell'utilizzo del dispositivo di firma digitale, ai fini, innanzitutto, di una sempre maggiore certezza giuridica.

Autorizzazione Tribunale di Latina 23.3.1959
n. 363, Anno 2000 Chiuso in redazione
Dicembre 2004

Amministrazione: C.C.I.A.A. Via Umberto I, 80
Latina - Tel. 0773.6721 Fax 693003

DIRETTORE RESPONSABILE:
Antonio Rampini

ORGANIGRAMMA

PRESIDENTE:
Alfredo Loffredo

GIUNTA CAMERALE:

Alfredo Loffredo (Presidente),
Enzo Vaccarella (Vice Presidente),
Vincenzo Adessi, Antonio Di Micco, Angelo Donati, Giuseppe Fiacco, Enzo Galetto, Alessandro Salvadori, Pina Sorrentino, Vincenzo Zottola.

CONSIGLIO IN CARICA:

(oltre il Presidente e la Giunta):
Giancarlo Canciani, Angelo Carcasole, Ulderico Cassetta, Silvestro G. Costa, Roberto Cotterli, Alberto Cramerotti, Vincenzo De Gregorio, Giovanni Di Russo, Fabrizio Di Sauro, Paolo Finauri, Adriano La Croix, Gabriele

Mazzariello, Alfredo Paluzzi, Vincenzo Parnolfi, Tommaso Tartaglione, Antonio Vellucci, Agostino Visca.

REVISORI:

Raffaele Avallone, Domenico Occhigrossi, Francesco Ruggieri.

SEGRETARIO GENERALE:

Antonio Rampini

VICESEGRETARI GENERALI:

Leonardo Guanci, Domenico Spagnoli, Pietro Viscusi.

COMITATO DI REDAZIONE

Lidano Grassucci, Alfredo Loffredo, Antonio Rampini
PROGETTO GRAFICO ed IMPAGINAZIONE:
StudioPensiero - Formia

STAMPA:

Graficart snc - Formia

È consentita la riproduzione degli scritti qui pubblicati, purché ne sia citata la fonte e l'editore.

TIRATURA 45.000 copie

CAMPAGNA ADESIONE CONSORZIO KIWI LATINA I.G.P.

Valorizzare la produzione ed il territorio

Ai produttori imprenditori agricoli e confezionatori della zona geografica delimitata

Con Regolamento CEE n.1486/2004, della Commissione del 20 agosto 2004, la denominazione KIWI LATINA è stata iscritta nel Registro delle Indicazioni Geografiche Protette.

La zona di produzione del KIWI LATINA investe le province di Latina e Roma e riguarda i Comuni richiamati nell'art.3 del disciplinare di produzione ed appreso indicati:

PROVINCIA DI LATINA

1) Sabaudia (parte); 2) Latina (parte); 3) Pontinia; 4) Priverno; 5) Sezze; 6) Sermoneta; 7) Cori; 8) Cisterna di Latina; 9) Aprilia

PROVINCIA DI ROMA

1) Ardea (parte); 2) Pomezia (parte) 3) Marino; 4) Castel Gandolfo; 5) Albano Laziale; 6) Ariccia; 7) Genzano di Roma; 8) Lanuvio; 9) Velletri; 10) Lariano; 11) Artena (parte); 12) Palestrina, 13) Zagarolo; 14) San Cesareo; 15) Colonna.

Tale riconoscimento rappresenta un'importante occasione per la valorizzazione del prodotto kiwi e un ulteriore slancio per lo sviluppo di una promozione adeguata delle valenze territoriali.

A tal fine, si sta provvedendo alla costituzione del Consorzio di Tutela KIWI LATINA che si prefigge, tra l'altro, di tutelare la produzione ed il commercio del KIWI LATINA; incentivare la produzione, commercializzazione e consumo del KIWI LATINA mediante tutte quelle iniziative, anche pubblicitarie, che saranno ritenute idonee per incrementare il commercio sui mercati interni ed esteri; svolgere attiva azione allo scopo di migliorare e perfezionare qualitativamente la produzione del KIWI LATINA fornendo adeguata assistenza tecnica ai produttori ed ai condizionatori del prodotto, anche avvalendosi della collaborazione di Enti ed Organismi operanti nel settore; curare gli interessi generali del prodotto ad I.G.P.

Possano aderire al Consorzio:

- A) tutti i produttori di kiwi, singoli o in qualunque forma associata, titolari di terreni ubicati nella zona di produzione del KIWI LATINA, come stabilito nel disciplinare di produzione;
- B) tutte le organizzazioni di produttori che operano nel settore del kiwi e che non entrino in conflitto con le finalità del Consorzio;
- C) i confezionatori che dimostrino di avere la disponibilità del prodotto e che svolgano attività di confezionamento nell'area delimitata dal citato disciplinare.

Per produttore si intende ogni conduttore di azienda agricola situata nel territorio di cui al citato disciplinare, sia esso persona fisica, giuridica o società di persone.

Per organizzazione di produttori si intendono le cooperative e ogni altra forma associativa, con personalità giuridica, di cui facciano parte produttori di KIWI LATINA, operatori della commercializzazione, stoccaggio ed immissione sul mercato.

Tutti i soci devono dimostrare di avere la disponibilità e di commercializzare il prodotto, nonché di essere certificati e/o assoggettati alle verifiche dell'Organismo di controllo.

Pertanto, si invitano i soggetti interessati a presentare domanda di adesione al Consorzio di Tutela KIWI LATINA, presso la sede del Comitato Promotore per il riconoscimento del marchio ad I.G.P. KIWI LATINA sita in Via Umberto I, 80 - 04100 Latina, **ENTRO IL 31 MAGGIO 2005**, compilando gli appositi modelli predisposti e disponibili presso le Camere di Commercio di Latina e Roma, i Comuni interessati, le Associazioni di categoria Confagricoltura, Coldiretti e C.I.A. della provincia di Latina e Roma e sui siti camerale www.cameradicommerciolatina.it e www.rm.camcom.it.

www.cameradicommerciolatina.it
il portale leader
dell'economia pontina

The screenshot displays the website interface for the Chamber of Commerce of Latina. At the top, the URL 'cameradicommerciolatina.it' is prominent, along with the 'SECI' logo and a search bar. A navigation menu includes 'HOME', 'SHOPPING', 'SECI', 'INTERNAZIONALIZZAZIONE', 'AGRO DEI MITI', and 'TURISMO'. On the left, a vertical menu lists services such as 'La Camera', 'I servizi', 'Sistema camerale', 'Partecipazione', 'Eurospettacolo', 'DicerFace', 'Le associazioni', 'Economia Pontina', 'Modulistica on-line', 'Archivio portale', 'Link utili', 'Link enti locali', and 'Contratti'. The main content area features several articles: 'COMMERCIO, UNA RETE VINCENTE E INNOVATIVA' (13 mila imprese che competono alla pari con i giganti della distribuzione), 'I CERTIFICATI DI ORIGINE ON-LINE' (Nuovo servizio della Camera di Commercio di Latina in collaborazione con Promenet per chi esporta), 'Opportunita' da non perdere per aspiranti imprenditori', 'Turismo, il Lazio fa sistema', and 'Rassegna stampa: Export on-line, 30 miliardi alle imprese, 50 industriali tramontano'. A sidebar on the right contains a 'NEWS' section with the headline 'CONCILIAZIONE, LA SOLUZIONE RAPIDA' and a 'OMAGGIO' section for 'SCOPRI TUTTI I VANTAGGI'. The bottom of the page lists 'ALTRE PIÙE AVANTI' and 'ALTRE PIÙE EVENTI' with items like 'PROWEIN 2005, LA NUOVA EDIZIONE' and 'OPPORTUNITA' DALLA GRECIA'.

120.000
VISITATORI