

Sistema camerale 2012

*Strutture e servizi
per l'impresa*

OS CAM

■ a cura
dell'**Osservatorio camerale**

Osservatori e rapporti

Sistema camerale 2012

Strutture e servizi per l'impresa

a cura dell'Osservatorio camerale

Pubblicazione curata da:

Alberto Caporale, Eugenio Spina, Daniela Tauro

Hanno inoltre collaborato a questa pubblicazione:

Mario Altavilla, Alessandra Asaro, Ettore Battelli, Flavio Burlizzi, Loredana Capuozzo, Stefano Casagrande, Riccardo Dante, Isabella De Carli, Giuseppe Del Medico, Carlo De Vincentiis, Sabrina Diella, Gabriella Di Girolamo, Roberto Fontolan, Roberto Frisari, Mariangela Germano, Diana Giannico, Ugo Girardi, Riccardo Lana, Barbara Longo, Francesca Luccerini, Corrado Martone, Piero Massaniso, Domenico Mauriello, Andrea Muti, Claudio Nicolini, Caterina Pampaloni, Maria Grazia Pedone, Fabio Pizzino, Marco Pozzoli, Alessandra Procesi, Claudia Samarelli, Federica Scipioni, Anna Sepe, Pierluigi Sodini, Carlo Spagnoli, Angelo Tedde, Michaela Travaglini, Enzo Maria Tripodi

Supporto tecnico:

Nebo Ricerche PA

Materiali e approfondimenti sul sito www.osservatoriocamerale.it

© 2012 Retecamere, Roma

Finito di stampare nel mese di dicembre 2012

dalla tipografia GraficArt snc, Formia

ISBN: 978-88-6077-127-8

L'utilizzo delle informazioni contenute nel presente volume è consentito solo su autorizzazione dell'editore

Sommario

Premessa	7
Introduzione	9
<hr/>	
Capitolo 1: Il Sistema, l'organizzazione, le persone	13
1.1 I numeri della rete	16
1.2 L'assetto organizzativo; le risorse umane	20
1.3 Gli snodi territoriali; la presenza nel contesto europeo	35
<hr/>	
Capitolo 2: Le attività, le risorse, i risultati	47
2.1 Il quadro d'insieme dell'intervento camerale	50
2.2 Semplificazione amministrativa; e-government	55
2.3 Il sostegno all'internazionalizzazione	65
2.4 Le politiche per le filiere e i territori	76
2.5 Servizi per la promozione del turismo e della cultura	85
2.6 Lo sviluppo locale, il sostegno ai settori del commercio e dei servizi	95
2.7 Servizi per la formazione, l'orientamento e il lavoro	103
2.8 Il sostegno all'imprenditorialità	121
2.9 Azioni per l'accesso al credito e la finanza	131
2.10 Il supporto all'innovazione e alla ricerca, la proprietà industriale	138
2.11 Responsabilità sociale, green economy ed energia	150
2.12 Le attività in favore dell'ambiente	161
2.13 Le partecipazioni nell'economia; le infrastrutture	167
2.14 Programmazione e progettazione comunitaria	173
2.15 Conoscere il territorio; statistica, studi e documentazione	177
2.16 La comunicazione e le azioni divulgative	184
2.17 Attività per la regolazione del mercato	190
<hr/>	
Capitolo 3: La governance delle Camere di commercio e la riforma	205
3.1 La rappresentanza; i Consigli camerali	208
3.2 Autonomie funzionali; lo stato di attuazione della riforma	210
Nota metodologica	217

Premessa

Il 2011 è stato un anno di importante trasformazione per il Paese, segnato da una profonda crisi internazionale che, ormai è chiaro, non rappresenta un'ennesima fase di quel ciclo economico che c'insegna la teoria.

La crisi che stiamo vivendo è per molti versi inedita e le sue conseguenze rischiano, ancora oggi, di mettere in discussione perfino il ruolo dell'euro e della stessa Europa. A fronte di un simile quadro, l'esigenza di contenimento e riduzione della spesa pubblica e le richieste di minori vincoli all'esercizio dell'attività d'impresa, nonché di maggiore libertà economica, alimentano un dibattito sempre più ampio e serrato sulle attività e sulla riorganizzazione del sistema pubblico che opera a sostegno del mondo produttivo.

Le Camere di commercio non si sottraggono a tale dibattito, che le coinvolge a pieno titolo per funzioni, competenze e *mission* istituzionale. Le articolate vicende del 2011 hanno infatti determinato significativi cambiamenti sull'impegno e l'operato del Sistema camerale in favore della competitività dei territori e delle imprese.

Da un lato, le pressioni e la tensione verso un'azione ancor più capillare e concentrata all'indirizzo del mondo produttivo, la cui crisi ha ormai toccato punte di non semplice gestione; dall'altro, il richiamo, tutto interno, a raccogliere in modo convinto, rapido e concreto gli stimoli ad una maggior efficienza ed ottimizzazione di costi nell'offerta dei servizi, che le manovre di finanza pubblica – succedutesi a più riprese e in modo a tratti convulso – hanno indirizzato, e fin quasi imposto, all'intero settore pubblico.

E così, un po' ovunque sul territorio si è assistito ad una decisa azione di riconversione di progetti e programmi *in itinere* verso linee di intervento più orientate ad un obiettivo di sostegno del mondo produttivo. Azioni attuate anche attraverso misure straordinarie di intervento finanziario che, in non pochi casi, hanno portato le Camere

ad attingere a riserve proprie (da utilizzare, appunto, in frangenti come questi) e ad alterare il tradizionale equilibrio annuale di bilancio.

Oltre a questo, l'incentivo ad affrontare cambiamenti nel proprio modo di essere ed operare – incentivo che può dirsi connaturato negli enti camerali per il fatto di essere il punto di contatto tra un'azione pubblica di servizio alle imprese e le rappresentanze di tali interessi, che siedono negli organi di amministrazione e tale azione orientano – ha permesso alle Camere di intraprendere un percorso che sta portando ad avere "cruscotti di direzione" quanto mai sofisticati, in grado di fornire una necessaria visione d'insieme di "ciò che si fa"; di quanto costa in rapporto a quanto rende; di come finalizzarlo a programmi e azioni strategiche; di come poterlo gestire in modo diverso, risparmiando costi e mantenendo – quando non aumentando – l'efficienza del servizio.

Un cammino intrapreso con rapidità e chiarezza di intenti poiché avviato su un terreno "familiare" per le Camere, che già avevano avviato *motu proprio* alcuni dei processi di cambiamento poi voluti dalle riforme di quest'ultimo biennio. Un impegno che il mondo camerale sta affrontando con la tenacia e la convinzione che da sempre ne contraddistinguono l'azione istituzionale.

Il quadro che emerge dal monitoraggio dell'Osservatorio camerale sulla struttura, l'organizzazione e le attività delle Camere di commercio per il 2011 è, dunque, quello di un Sistema che guarda con naturale preoccupazione all'andamento dei fondamentali economici del Paese e della comunità internazionale e che per queste ragioni sta gestendo con oculatezza i propri sforzi economici, senza dispersioni e in modo mirato nei riguardi del mondo produttivo, impegnandosi al tempo stesso a recuperare il più possibile a tale obiettivo i risparmi e le economie dei propri sforzi di revisione organizzativa.

Introduzione

A tempesta finita, saremo in una nuova era glaciale.

La previsione-monito di uno dei protagonisti di *The day after tomorrow* sigillava egregiamente l'atmosfera del film apocalittico che molti hanno indicato come metafora della crisi attuale: la "tempesta" nella quale siamo entrati da qualche anno inaugura una nuova "era glaciale"? I timori non sono fuori luogo, ammettiamolo. Il problema che tutti avvertiamo è che non siamo in realtà nel "giorno dopo", ma nel "giorno in corso". E viviamo nella spiacevole sensazione del motto della diplomazia americana: "Il peggio è sempre in arrivo". Non sappiamo come finirà, non sappiamo quando finirà, non sappiamo come saremo in quel sospirato momento della fine crisi. Ricordare questo è solo realismo. Se c'è una cosa che la crisi ha davvero reso inutile, infatti, è la sfida tra ottimisti e pessimisti. Guardare, osservare la realtà per quello che è in tutti i suoi fattori resta l'unica seria strategia umana, quindi anche economica.

Alcuni anni fa, a cavallo del cambio di millennio, si è vissuta una breve estate al sole della rivoluzione digitale e della globalizzazione buona. Lì, ad un passo dalla soglia del futuro, è sembrato per un certo tempo che il grande gioco della finanza, la verde prateria del commercio liberalizzato, i fuochi d'artificio della tecnologia avrebbero assicurato sviluppo e armonia, con un tasso apprezzabile di redistribuzione delle ricchezze e riequilibrio Nord-Sud.

Ma così non è andata: la realtà è riesplora, con i suoi conflitti culturali, le primavere non sbocciate, le bolle e gli spread di ogni tipo. Una realtà che è arrivata a chiedere il conto, ma che è pur sempre la stessa realtà da cui oggi si può ricominciare.

Da dove, dunque, è possibile ripartire? Che cosa va modificato e cosa inventato? Ci sono segnali positivi?

Una cosa è diventata lampante: oggi sono le singole persone e le innumerevoli entità sociali ed economiche intermedie a dover prendere nuovo slancio dalle difficoltà e dai problemi che si pongono.

Lo scorso anno, nel presentare il Rapporto sull'azione delle Camere di commercio nel 2010 si ragionava di imprenditoria diffusa, credito, internazionalizzazione, formazione, innovazione, reti, infrastrutture, semplificazione. Oggi i grandi filoni dell'azione del Sistema camerale non sono cambiati, ma è più chiara, più urgente la percezione della responsabilità nuova dei soggetti in campo: individui, corpi sociali, autonomie funzionali quali le Camere sono per storia e per natura. Con l'indiscutibile consapevolezza che l'osservazione della realtà porta con sé: le condizioni storiche sono quelle date, non possiamo aspettare che cambino dall'esterno.

Ripartiamo dalle basi, ripartiamo da noi.

La sfida lanciata dalla crisi mondiale il Sistema camerale italiano l'ha innanzitutto guardata in faccia, poi accettata ed affrontata.

Così, alle sollecitazioni poste dai bisogni emergenti dalla crisi, nel 2011 le Camere hanno risposto con una strutturale autoriforma che si è espressa nella riorganizzazione degli assetti e nella razionalizzazione dell'offerta che mira a ridurre costi e a liberare risorse da restituire all'economia sotto forma di servizi mirati e di qualità. Attraverso azioni di innovazione e modernizzazione dinamiche e azioni di rete, il Sistema camerale si è quindi orientato verso una *lean organization*, un'organizzazione snella requisito ormai indispensabile e punto di partenza per qualsiasi azione successiva.

Ripartiamo dal concreto: azioni puntuali e materiali.

Il Sistema camerale ha poi affrontato la congiuntura economica attraverso il concreto affiancamento delle imprese, in particolare sul fronte del sostegno al credito e all'internazionalizzazione. Obiettivo prioritario dell'azione camerale è stato quello di sostenere la competitività delle imprese italiane, la loro crescita e il loro sviluppo attraverso servizi e investimenti per la crescita ed interventi economici: oltre 400 i milioni di euro, monitorati dall'Osservatorio camerale, stanziati nel 2011 per il finanziamento di specifiche attività, progetti e iniziative imprenditoriali. Accanto ad una necessaria riduzione di "dispersione", abbiamo assistito ad un impegno che si concentra in misura sempre maggiore sui settori a più elevato potenziale competitivo.

Ripartiamo dal piccolo. E dalla scintilla iniziale.

Nel 2011 si è consolidato l'impegno delle Camere nel creare condizioni per facilitare l'accesso al credito per le micro, piccole e medie imprese attraverso un sistema di alleanze con istituti di credito, lo sviluppo di forme di aggregazione tra imprese, l'accrescimento della dimensione dei Consorzi fidi e il potenziamento degli strumenti del microcredito. Quasi 800 le iniziative specifiche, 200 in più rispetto al 2010.

Ripartiamo dalle necessità che diventano opportunità.

Il tema della green economy risulta oggi di grande attualità non solo per necessità, ma anche rispetto alle opportunità che può offrire in termini di sviluppo e di impiego. L'attenzione in materia di responsabilità sociale nell'interazione tra impresa, territorio e società civile rappresenta non solo un valore aggiunto, ma anche un fattore di vantag-

gio competitivo a breve e a lungo termine sul mercato. In merito le Camere hanno da tempo avviato azioni per assicurare la massima diffusione di tale cultura e, in quest'ultimo anno, hanno potenziato gli interventi attraverso sportelli dedicati, attività per il supporto ai percorsi di certificazione per le imprese, formazione, azioni di carattere divulgativo e informativo, venendo a contatto anche con altre tematiche quali l'ambiente, lo sviluppo sostenibile e il risparmio energetico.

Ripartiamo dalla semplicità, dall'utilità e dalla praticità.

L'azione a sostegno della ripresa della crescita passa anche per gli investimenti per lo sviluppo del territorio. Si conferma per il 2011 la preponderanza di quelli di natura infrastrutturale, con oltre l'80% delle risorse investite destinato alla progettazione, realizzazione e gestione di opere nel settore dei trasporti, di reti energetiche e ambientali, di strutture a sostegno dell'economia.

Un pilastro degli interventi a cui il Sistema camerale ha dedicato il suo impegno nell'anno 2011 è costituito anche dal sostegno dei servizi stragiudiziali di risoluzione delle controversie attraverso procedure di giustizia alternativa, arbitrati e conciliazioni che rendono possibile una gestione più rapida, efficace e meno costosa dei conflitti.

Nel 2011 si è registrato anche un consolidamento del lavoro per facilitare la vita delle imprese nei loro rapporti con la PA attraverso l'e-government, in particolare con la piena attuazione della riforma dello Sportello unico per le attività produttive (SUAP).

Ripartiamo dai desideri grandi.

Uno dei più tradizionali ambiti dell'impegno camerale è quello dei servizi di sostegno alla creazione d'impresa. I servizi in questo campo sono sempre più specializzati, modellati su esigenze specifiche: giovani imprenditori, imprenditorialità femminile, imprenditorialità sociale, imprenditorialità straniera. In particolare, in quest'ultimo anno, le azioni attuate dalle Camere sono rientrate nel programma complessivo degli interventi "anti crisi" per sostenere ed aiutare le imprese in difficoltà.

Ai giovani il Sistema camerale ha guardato in modo particolarmente attento nell'anno passato, sia in termini di formazione e di orientamento al lavoro (oltre 3.600 le azioni di formazione nel 2011 in favore di circa 81.000 partecipanti tra studenti, lavoratori e aspiranti imprenditori), sia con un concreto sostegno all'occupazione e alla promozione di nuova imprenditorialità.

Ripartiamo da ciò che c'è qui.

Spesso non serve inventare. Più interessante e innovativo puntare a ciò che già esiste: quasi 40 milioni di euro sono stati riversati su programmi di investimento e sviluppo, percorsi di innovazione organizzativa e tecnologica delle imprese.

Si conferma anche l'impegno delle Camere nel campo dei servizi per il turismo e per la cultura, due dei settori trainanti dell'economia del Paese. Il "prodotto Italia" è la "materia prima" che abbiamo a disposizione. Da valorizzare attraverso strategie di marketing in favore dei territori e delle economie locali, in particolare del patrimonio enogastronomico e ambientale, dell'offerta turistica e commerciale; sono 62 i milioni di euro di risorse complessivamente impiegati nel 2011, di cui il 14% per investimenti diretti nel settore turistico.

Ripartiamo da ciò che c'è intorno.

Un'attenzione particolare rimane puntata sull'azione atta ad incentivare la presenza delle nostre imprese sui mercati esteri. Fondamentali sono stati anche per il 2011 il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese italiane, da una parte, e la qualificazione e valorizzazione delle filiere del Paese, dall'altra. Il marchio "made in Italy" continua a rimanere uno dei punti di forza irrinunciabili, che nel 2011 ha visto l'impiego di 38,6 milioni di euro da parte delle Camere.

L'impegno delle Camere a sostegno dello sviluppo passa anche attraverso la conoscenza e la ricerca. Tramite le attività di osservatorio specialistico, le statistiche e le analisi condotte dagli enti camerali in questi anni sono state messe a servizio delle scelte dei policy maker e della consapevolezza critica dell'opinione specialistica, in funzione di un aiuto sempre più mirato e cosciente alle imprese e al sistema produttività nel suo insieme.

Capitolo 1

Il Sistema,
l'organizzazione,
le persone

Nell'anno di una crisi che, a ritmi vertiginosi, si è estesa dalla sfera economico-produttiva ai debiti sovrani e alle finanze pubbliche di molti paesi, anche l'economia italiana ha segnato il passo. Alla flessione del PIL registrata nella seconda metà del 2011 (dall'1,8% allo 0,4%, in media d'anno)¹, si sono sommate fibrillazioni finanziarie le cui ripercussioni sulle politiche di prestito al settore privato hanno determinato un'ulteriore contrazione della domanda nazionale.

L'incertezza che contraddistingue l'attuale fase ciclica e lo scarso utilizzo della capacità produttiva rappresentano fattori di freno alle decisioni di investimento delle imprese, soprattutto per quelle di piccola e media dimensione che più delle altre scontano la difficoltà di accedere al credito bancario.

Tuttavia, anche in un simile quadro, il nostro tessuto imprenditoriale ha mostrato una forte credibilità e capacità competitiva; abituate a muoversi nell'incertezza (dei trend del consumo, dei mercati e della presenza di sempre nuovi competitor sulla scena internazionale), le imprese italiane sono spesso riuscite a reggere all'impatto della crisi pur senza poter disporre delle leve improprie con le quali in passato era stato alimentato lo sviluppo, a partire dall'aggiustamento del cambio per dare ossigeno all'export e all'occupazione. Molti i casi di aziende che hanno risposto in modo convinto alle sfide della globalizzazione riorganizzandosi e continuando a investire nella qualità, nel design, nell'innovazione di prodotto, nell'efficienza, nell'ecosostenibilità.

In questo delicato scenario macroeconomico, la rete delle Camere di commercio ha "serrato le file" nel dare piena attuazione alla propria *mission* di pubblica amministrazione a servizio delle imprese.

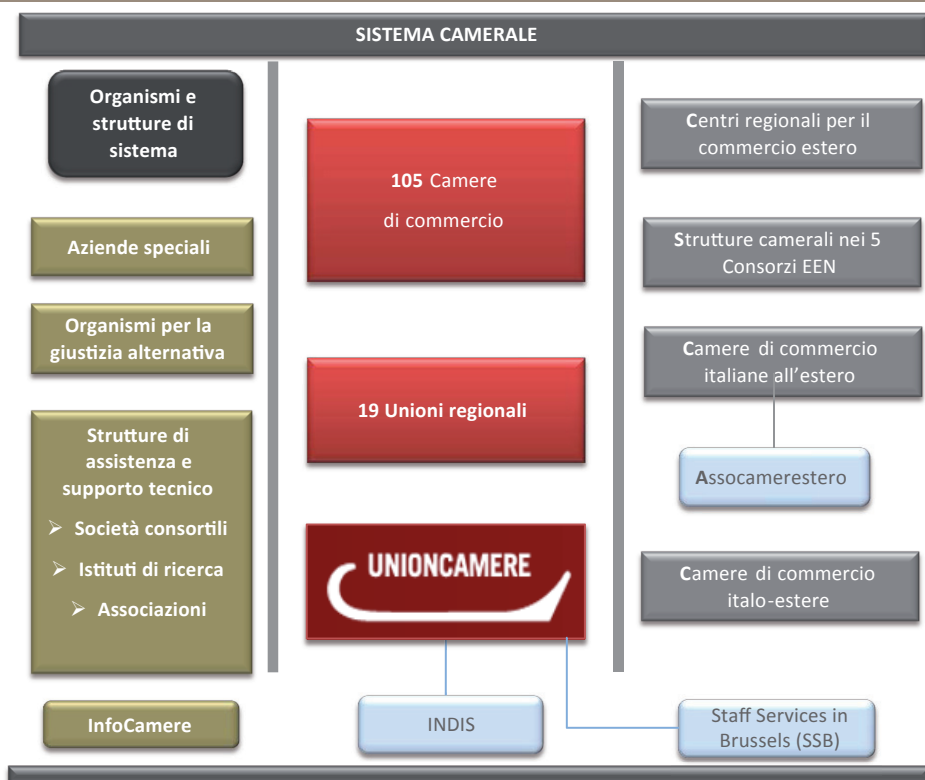
1 Fonte: Relazione annuale al Parlamento, Banca d'Italia (maggio 2012).

E così, il network di enti, strutture ed organismi specializzati della rete stessa è stato oggetto di un più intenso lavoro di coordinamento a livello centrale, volto ad esaltarne l'apporto al Sistema, e a potenziare la capacità di quest'ultimo di interpretare il proprio ruolo nell'intercettare le concrete esigenze di sostegno e crescita del territorio; nel farsi carico e portavoce ai diversi livelli del policy making; nell'individuare indirizzi, sinergie operative e progettualità comuni per rispondere ai bisogni espressi e – su tali basi – agire per lo sviluppo dei fattori di competitività locale, accompagnando e promuovendo la crescita delle imprese e dei territori, sia sul mercato interno sia nelle sfide all'estero.

1.1 I numeri della rete

Al 31 dicembre 2011 la rete camerale si sviluppa intorno a 105 nodi (le singole Camere), organizzati ed integrati sul piano regionale, nazionale ed europeo, che offrono al tessuto produttivo un insieme evoluto di progettualità e servizi di carattere ammi-

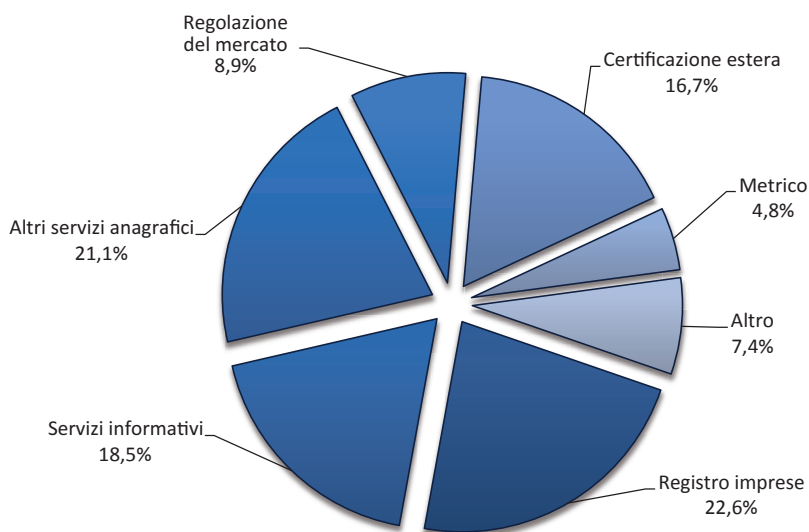
Tav. 1: Mappa del Sistema camerale al 31 dicembre 2011



nistrativo, regolatorio e promozionale in risposta ai bisogni e alle esigenze di sviluppo e di crescita di oltre 5 milioni di imprese attive sul territorio; di qualificazione e valorizzazione del capitale umano di studenti e lavoratori; di tutela della fede pubblica a garanzia di consumatori e cittadini.

Un insieme di servizi erogati con livelli crescenti di innovatività e di fruibilità e, spesso, secondo un modello combinato di e-government (canale privilegiato dei servizi del Registro imprese), da un lato, e di contatto "fisico" con l'utenza, dall'altro, con l'operatività degli sportelli, attivi anche presso le sedi camerali di prossimità (150 sedi distaccate nel 2011) per l'offerta diretta di un insieme di servizi e che, per loro natura, richiedono l'azione in presenza di personale qualificato: procedure di giustizia alternativa, di vigilanza del mercato e di tutela del consumatore, di certificazione per l'estero (Tav. 2).

Tav. 2: Servizi disponibili presso le sedi distaccate nel 2011
(% per tipologia)



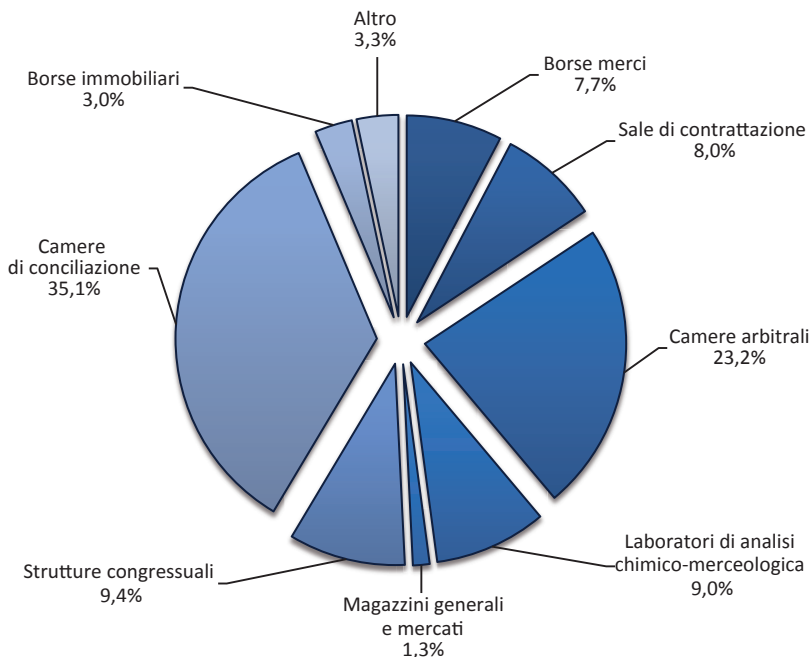
A questo *core* di strutture si affianca un insieme di organismi di supporto specialistico al lavoro delle Camere nello svolgimento delle proprie funzioni, peraltro in continua evoluzione anche su input normativo; si pensi, ad esempio, a quelle legate alle attività delle Stazioni sperimentali per l'industria - istituti di ricerca al servizio delle imprese dei territori di riferimento - le cui competenze sono transitate alle Camere, in attuazione della manovra di stabilizzazione finanziaria del luglio 2011, e per la cui gestione si è provveduto alla costituzione di apposite Aziende speciali tramite cui garantire la continuità dell'offerta territoriale dei relativi servizi, nei diversi settori di competen-

za: dall'agroalimentare al tessile, dal cartario ai combustibili, dal vetro alla seta. Una nuova dimensione di servizio che va peraltro ad integrarsi in un network nazionale di competenze in grado di superare i confini territoriali, determinando sinergie efficaci per l'intero apparato, nell'ideazione e realizzazione di progetti di innovazione e sostegno alla competitività delle imprese.

L'architettura "a rete" del Sistema, infatti, risulta funzionale non solo a recepire le istanze di sviluppo delle economie locali ma anche a conseguire economie di scala, di specializzazione e di conoscenza: la presenza capillare sul territorio e le collaborazioni che si attivano tra organismi facenti parte del Sistema consentono a ciascuna Camera di collocarsi in modo concreto a fianco del proprio tessuto imprenditoriale, di mantenere un ascolto attivo dei suoi bisogni specifici e di elaborare strategie e soluzioni *tailor made*, ma coordinate a livello nazionale, per rispondervi in modo efficace e tempestivo.

Camere arbitrali e di conciliazione (174 strutture) che offrono competitivi servizi di risoluzione alternativa delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori; Laboratori di analisi chimico-merceologica (27 strutture) per effettuare accertamenti tecnici ed analisi sui prodotti, il rilascio di certificazioni dei risultati, il controllo della corrispondenza dei prodotti ai requisiti fissati da leggi e regolamenti; Borse merci e sale

Tav. 3: Distribuzione delle strutture camerali nel 2011
(% per tipologia)



di contrattazione (47 strutture), ovvero luoghi dedicati allo svolgimento degli scambi di prodotti agricoli e delle loro prime trasformazioni, gestite dagli enti camerali per garantire la trasparenza delle contrattazioni agevolando gli operatori privati con l'erogazione di servizi accessori; Borse immobiliari ed altri organismi per la gestione di infrastrutture a disposizione del mondo produttivo locale (strutture congressuali, magazzini generali e mercati) (Tav. 3).

Un insieme di strutture spesso organizzate secondo la formula dell'Azienda speciale, il modello operativo di cui ciascuna Camera può dotarsi per gestire attività innovative e ad alto valore aggiunto sul versante "tecnico", ma anche per definire ed attuare progettualità complesse nell'ambito della promozione delle economie locali e del supporto alla competitività delle imprese, del sostegno all'internazionalizzazione, dell'offerta formativa, della qualificazione e valorizzazione del territorio e delle sue eccellenze.

All'interno del Sistema camerale la rete delle Aziende speciali (134 strutture nel 2011) svolge infatti un ruolo strategico di "moltiplicazione" dell'efficacia degli interventi messi in atto dalle singole Camere; l'attività delle Aziende speciali favorisce il passaggio dall'attuazione di politiche "settoriali" fondate su contributi diretti allo sviluppo a politiche "integrate" basate sull'attuazione di progettualità, in coerenza con la domanda di sviluppo espressa dal territorio, e di iniziative che vedono il coinvolgimento di più attori, pubblici e privati. Ciò nell'ottica di una reale sussidiarietà per lo sviluppo e nello spirito della ricerca di una sempre maggiore inclusione sociale.

La rete delle Aziende speciali, tuttavia, si presenta come un insieme di organismi caratterizzati da diverse velocità di sviluppo e da altrettanto differenziate modalità di funzionamento. Se, da un lato, le Aziende più strutturate hanno raggiunto uno stadio maturo di crescita e sono in grado di assolvere un significativo ruolo di traino all'interno del Sistema camerale – anche grazie ai contatti con le imprese, alla capacità di autofinanziamento e alle risorse professionali qualificate di cui dispongono – dall'altro, vi sono realtà che non riescono a conseguire gli stessi livelli di virtuosità, in quanto la ridotta taglia dimensionale ostacola l'adozione di strategie a medio termine, all'interno delle quali sviluppare progetti ed iniziative innovative. Così, ancora oggi molte strutture restano vincolate ad azioni circoscritte all'interno del territorio provinciale.

In merito, a livello di Sistema nel 2011 si è dato avvio ad un'ampia riflessione relativamente alle potenzialità offerte dalle formule dell'azienda intercamerale (già due quelle attive al dicembre dello stesso anno), che consentirebbe alle Camere di ricercare ambiti territoriali ottimali di operatività nel loro utilizzo, superando confini amministrativi spesso penalizzanti, e della gestione associata di alcune funzioni, un modello organizzativo in grado di perseguire obiettivi di innovazione nello svolgimento di attività, nella razionalizzazione negli assetti organizzativi e nel recupero di efficienza.

A questo insieme di enti operanti sul territorio nazionale, cui si aggiungono ulteriori strutture "di sistema" (istituti di studi e ricerca, associazioni e società e organismi consortili, tra cui InfoCamere – la società di informatica delle Camere di commercio, struttura tecnologica a supporto del patrimonio informativo e di servizi del Sistema camerale) che operano nelle aree tipiche dell'intervento per la competitività e che si

connotano per il fatto di servire alle Camere stesse una gamma di servizi di assistenza qualificati dal punto di vista tecnico, metodologico e progettuale, fanno da sponda le realtà attive nella sfera estera, che rappresentano un canale dedicato ed efficace per l'accesso all'economia globale della nostra imprenditorialità.

Da un lato le Camere di commercio italiane all'estero (74 al dicembre 2011, attive in tutto il mondo), che realizzano iniziative orientate ad agevolare l'accesso delle imprese italiane ai mercati esteri, promuovendo incontri B2B e svolgendo un'intensa azione informativa e divulgativa tramite il monitoraggio costante delle tendenze settoriali; dall'altro le Camere italo-estere, organismi riconosciuti dal Governo che operano per favorire l'incontro tra imprese e mercati esteri attraverso partnership, accordi mirati e progetti comuni.

■ 1.2 L'assetto organizzativo; le risorse umane

L'investimento in azioni di innovazione e modernizzazione organizzativa – iniziato da tempo, e in modo spontaneo, in alcune realtà camerali – ha assunto in questo ultimo periodo un deciso e diffuso dinamismo, sia per effetto di quella tendenza "endogena" al cambiamento e all'innovazione che caratterizza il Sistema camerale, sia sotto la spinta di quei fattori ambientali che richiedono in misura sempre più marcata un impegno da parte delle amministrazioni pubbliche verso un maggiore rigore sulla spesa.

Nell'ambito di questo processo, le azioni intraprese si caratterizzano per un graduale, ma crescente, utilizzo di approcci metodologicamente strutturati e (soprattutto) per una sempre maggiore attenzione a misurare gli effetti di tali interventi secondo un approccio che, nell'assicurare la coerenza tra questi elementi, consenta di raggiungere gli obiettivi di miglioramento, di misurarli e, soprattutto, di garantire che il risultato conseguito – o la metodologia adottata – diventi un patrimonio stabile dell'ente.

Dinamiche organizzative; la ricerca dell'equilibrio tra efficienza e qualità del servizio

Tratto distintivo di molti degli interventi di innovazione e di modernizzazione delle Camere è il loro sviluppo attraverso azioni di rete, la cui modalità attuativa vede il Sistema farsi carico (tramite l'impegno coordinato di gruppi di lavoro intercamerale) dello sviluppo metodologico iniziale, che ogni ente-Camera può a sua volta declinare e rendere operativo all'interno della propria realtà, e quindi valorizzare.

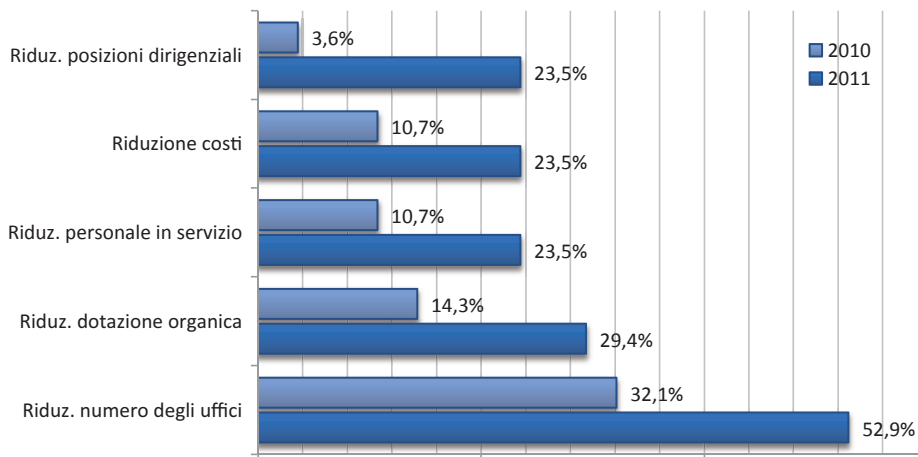
È questo un punto di forza dell'agire camerale in quanto, così operando, si assicurano soluzioni omogenee, di rapida e più agevole immissione negli enti rispetto al caso di investimenti compiuti singolarmente (soprattutto per gli enti di minore dimensione) e si dà modo di interiorizzare al meglio la padronanza del know-how sviluppato, così da poter procedere autonomamente nei passi successivi.

I dati dell'Osservatorio per il 2011 danno conto di questo trend, attraverso un consolidamento di quanto già avvenuto e un'accentuazione della profondità e dell'esten-

sione degli interventi improntati al cambiamento. In linea con quanto avvenuto negli ultimi anni, gli interventi realizzati dalle Camere di commercio nell'anno si riconducono a due grandi tipologie: da un lato quelli volti ad ottimizzare la struttura organizzativa e i processi lavorativi e, dall'altro, quelli finalizzati a dotare la Camera di commercio di sistemi di supporto al processo di pianificazione e controllo sempre più efficienti ed efficaci.

Sul primo versante, nel 2011 oltre la metà delle Camere di commercio (il 53% circa) ha operato un processo di riorganizzazione; un valore percentuale leggermente superiore a quello degli anni precedenti, a conferma della tensione verso la ricerca di soluzioni in grado di ottimizzare le risorse disponibili – che, se non in diminuzione, risultano stabili nel tempo – pur in presenza di una richiesta di mantenere adeguati standard di servizio alle imprese e, laddove possibile, di migliorarli.

Tav. 4: Esiti dei processi di riorganizzazione interna avviati dalle Camere di commercio e conclusi nel biennio 2010-2011
(% per tipologia di esito)



Gli interventi si sono orientati – in prevalenza, e in misura crescente rispetto alle annualità precedenti (+20 punti percentuali sul 2010) – a ridurre il numero degli uffici (Tav. 4); soluzione che, in organizzazioni di piccole dimensioni e con risorse limitate, può consentire di aumentare la flessibilità dell'utilizzo delle risorse professionali, diminuendo peraltro i costi di coordinamento derivanti, appunto, da una molteplicità di centri decisionali non giustificata dalle dimensioni della struttura.

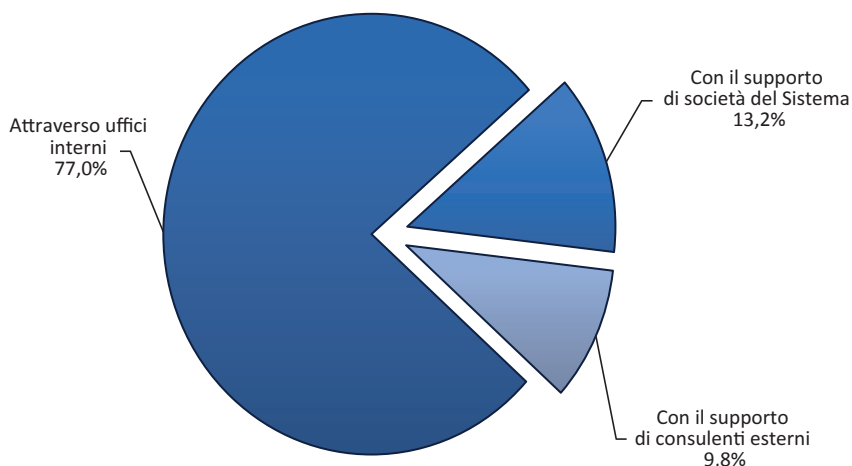
Significative le scelte di intervento verso la riduzione delle piante organiche o del personale in servizio, con una sensibile crescita dell'investimento delle Camere in queste

forme di razionalizzazione e contenimento dei costi (rispettivamente circa 15 e 13 punti percentuali in più rispetto all'annualità precedente).

Rilevante, inoltre, il deciso incremento degli interventi volti alla riduzione delle posizioni dirigenziali: dal 3,6% del 2010 a ben il 23,5% dell'obiettivo d'azione nel 2011. Dati che confermano un sempre più convinto presidio sulle azioni volte a snellire la struttura organizzativa, in senso sia verticale sia orizzontale, applicando di fatto i principi della *lean organization*.

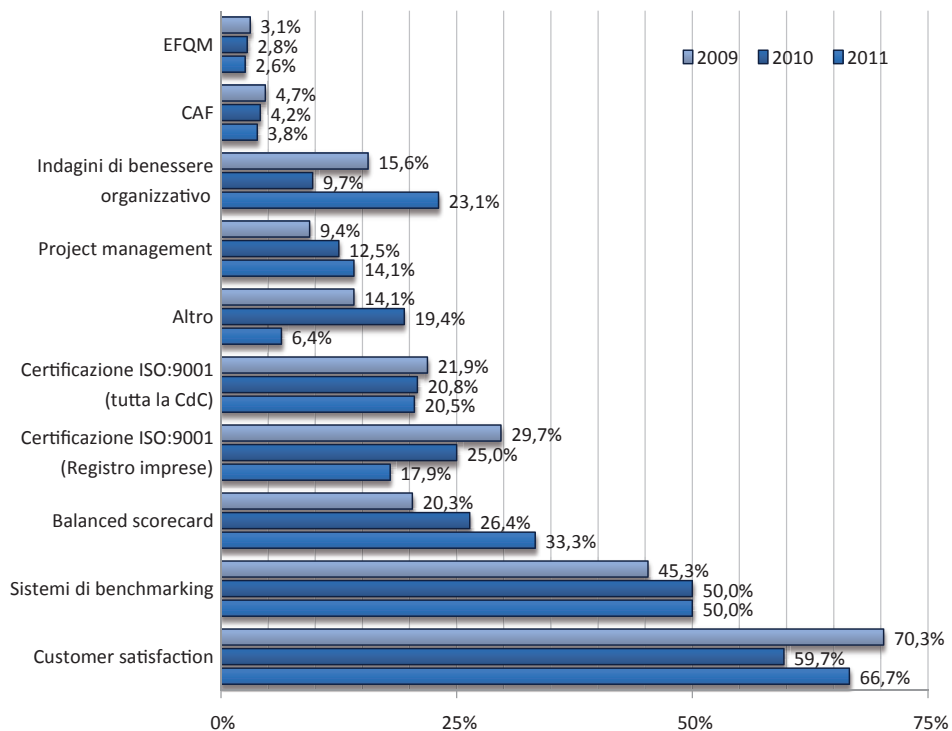
Vale la pena evidenziare come nel 2011 gli interventi di riorganizzazione siano stati realizzati in oltre 3/4 dei casi tramite le professionalità che operano all'interno della singola Camera di commercio (Tav. 5) e che, per contro, il ricorso a consulenti esterni risulta piuttosto contenuto: dato che conferma l'aumento delle competenze interne necessarie per operare interventi organizzativi e quindi una progressiva "patrimonializzazione" del know-how interno alle Camere e, più in generale, al Sistema.

Tav. 5: Modalità realizzative dei processi di riorganizzazione interna attuati dalle Camere di commercio nel 2011



Oltre agli interventi di riorganizzazione, nel corso del 2011 le Camere hanno realizzato ulteriori iniziative volte ad ottimizzare le risorse disponibili e migliorare la qualità del servizio alle imprese. Tra queste si segnalano, in particolare, gli interventi per misurare il livello di soddisfazione degli utenti delle Camere di commercio (Tav. 6), tramite l'utilizzo di indagini di customer satisfaction, e gli interventi volti alla certificazione ISO:9001 dei processi camerali (nel suo insieme o applicata solo al Registro delle imprese). Da rilevare anche un netto aumento delle indagini relative al "Benessere organizzativo", segnale di una maggiore attenzione al personale interno, considerato una risorsa strategica del Sistema camerale.

Tav. 6: Principali metodologie utilizzate dalle Camere di commercio per il monitoraggio delle strategie o per il supporto ai processi nel triennio 2009-2011

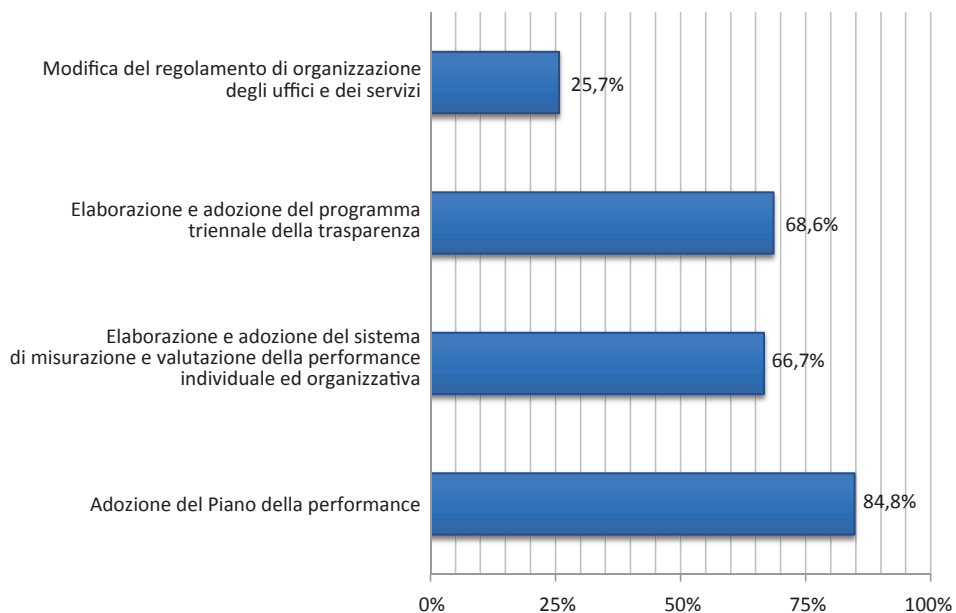


Ulteriore fattispecie dell'azione "riorganizzativa" nel 2011 ha riguardato quell'insieme di azioni finalizzate a dotare le Camere di processi, metodologie e strumenti di supporto alla capacità di pianificare, misurare e, quindi, rendicontare i risultati raggiunti.

Al pari degli enti locali, infatti, per le Camere di commercio il 2011 ha costituito il momento di attuazione di quanto previsto dalla norma in materia di applicazione operativa del Ciclo di gestione della performance; durante l'anno Unioncamere ha dato vita ad azioni di Sistema tramite le quali dare supporto alle realtà camerali nell'attuazione degli approcci e dei modelli comuni – già messi a punto nel 2010 – rispondenti ai requisiti essenziali di legittimità e di affidabilità tecnica e metodologica.

Tra queste, l'avvio operativo di uno specifico Osservatorio per il monitoraggio dello stato di attuazione del Ciclo della performance nelle Camere di commercio, che nel 2011 ha interessato il 91,3% delle Camere, concretizzandosi in attività orientate a porre in essere le azioni e decisioni interne previste dalla normativa di riferimento (Tav. 7).

Tav. 7: Adeguamento al Ciclo di gestione della performance nelle Camere di commercio nel 2011
(% Camere per tipologia di adempimento)

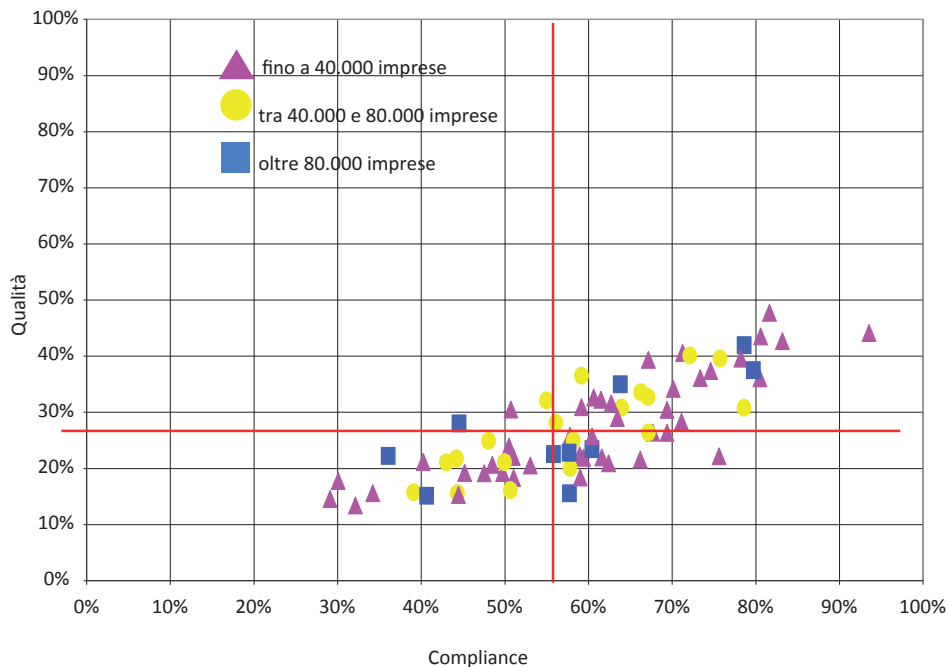


Oltre a registrare gli adempimenti – in base a quanto peraltro previsto nella convenzione sottoscritta tra CiVIT ed Unioncamere, che ha permesso a quest'ultima di candidarsi quale soggetto deputato, per conto del Sistema camerale, all'attività di monitoraggio sullo stato di attuazione della riforma nelle Camere –, l'Osservatorio ha anche monitorato gli aspetti metodologici, e quindi qualitativi, di quanto localmente attuato dalle Camere, per fornire a queste ultime un reale supporto nel graduale percorso evolutivo in questo ambito.

Attraverso specifiche griglie sono stati analizzati i Piani della performance elaborati dagli enti camerali nel 2011 al fine di valutarne la tenuta dal punto di vista sia della *compliance* (e quindi della rispondenza alla norma, insita nelle linee guida emanate da Unioncamere), sia della qualità metodologica.

Dall'analisi è stato possibile evincere come per oltre il 40% dei Piani analizzati si registri un punteggio superiore alla media, sia per il parametro della *compliance* sia per la qualità, e – in generale – come il punteggio medio della prima dimensione d'analisi sia pari al doppio rispetto alla dimensione qualitativa: ciò rispecchia, da un lato, il diffuso adeguamento alle linee guida e, dall'altro, un ampio margine di recupero per la dimensione della qualità (Tav. 8).

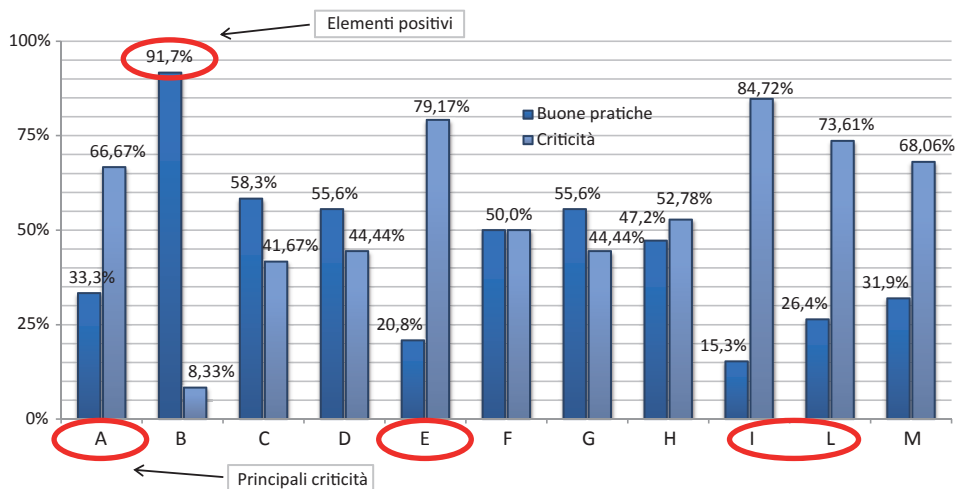
Tav. 8: Analisi sui Piani della performance 2011-2013: il posizionamento delle Camere di commercio rispetto alle dimensioni della *compliance* e della *qualità*



Entrando ancor più nel merito, l'analisi in questione ha consentito di evidenziare i punti di forza e di debolezza dell'impostazione metodologica che supporta il processo di pianificazione strategica ed operativa dell'ente camerale (Tav. 9) e di attivare, in seguito, laboratori *ad hoc* sulle tematiche ritenute maggiormente strategiche o rispetto alle quali sono emerse particolari criticità e/o aree di miglioramento e di sviluppo. Il primo di questi laboratori, finalizzati a "patrimonializzare" le esperienze condotte localmente ed aumentare e rinforzare le competenze professionali interne al Sistema camerale, si è focalizzato sul processo di costruzione e redazione del Piano della performance e del Sistema di misurazione e valutazione della performance attraverso il contributo scientifico di Universitas Mercatorum, l'ateneo delle Camere di commercio.

Sempre sul versante delle azioni di Sistema è stata ampliata la batteria di indicatori di benchmarking sviluppata all'interno del Sistema informativo Pareto – accessibile tramite il web ed utilizzato da tutte le Camere di commercio – con un nuovo set di indicatori finalizzati a misurare la performance dell'ente nel suo complesso (dal punto di vista dell'equilibrio economico patrimoniale e delle scelte strutturali), ma anche dei

Tav. 9: Punti di forza e di debolezza del processo di pianificazione strategica ed operativa nelle Camere di commercio



Legenda

- A Coerenza degli obiettivi strategici con l'analisi di contesto
- B Obiettivi strategici triennali
- C Associazione degli indicatori agli obiettivi strategici
- D Formulazione corretta degli obiettivi strategici
- E Associazione delle risorse agli obiettivi strategici
- F Integrazione degli obiettivi strategici e operativi
- G Obiettivi operativi annuali
- H Associazione degli indicatori agli obiettivi operativi
- I Formulazione corretta degli obiettivi operativi
- L Integrazione degli obiettivi con gli obiettivi dirigenziali
- M Congruità del piano operativo delle attività

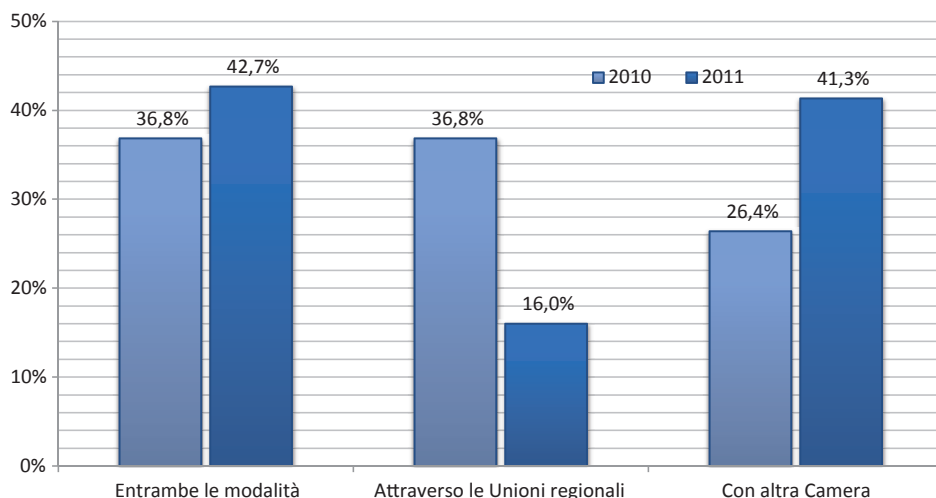
singoli processi che hanno come destinatari gli utenti esterni (le imprese) e gli utenti interni (gli uffici dell'ente).

Nuove linee di azione hanno riguardato l'individuazione di metodologie di analisi dei costi dei processi per rispondere alle esigenze di monitoraggio delle spese e alle esigenze di accountability delle Camere verso i propri stakeholder, primi dei quali le imprese e l'avvio di un percorso finalizzato a sistematizzare le esperienze e il know-how delle Camere e definire un modello uniforme per la gestione delle attività di customer satisfaction; strumento di relazione con l'utenza che costituisce una delle leve strategiche per valutare l'efficacia e la qualità dell'azione di servizio, nonché intraprendere le eventuali azioni correttive e di miglioramento, ovvero definire su basi solide nuove politiche e nuovi interventi.

Lavorare in rete: "fare sistema" con le funzioni associate

Nell'ambito dei programmi di contenimento della spesa e di razionalizzazione organizzativa, un discorso particolare merita l'esercizio in forma associata di talune funzioni (Tav. 10); soluzione organizzativa tramite cui le Camere di commercio – e più in generale il Sistema camerale – si propongono di utilizzare il potenziale offerto dall'essere rete per "rispondere" alla riduzione di uffici e posizioni organizzative e, al contempo, mantenere un certo standard qualitativo dei servizi erogati alle imprese.

Tav. 10: Funzioni svolte in forma associata con altre Camere di commercio nel biennio 2010-2011
(% Camere per modalità)



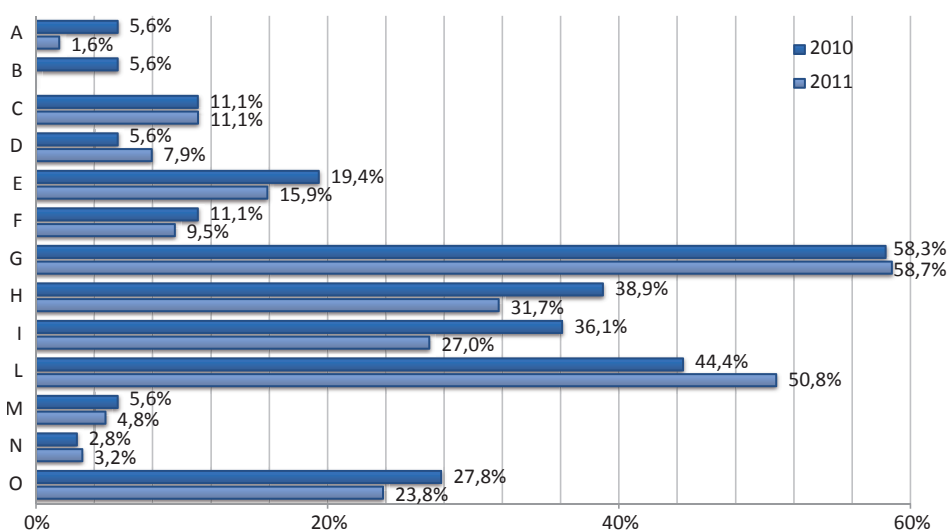
Una scelta che, vale la pena sottolinearlo, sta riguardando un numero sensibile di realtà: non solo, quindi, quelle di dimensioni più ridotte alle quali la riforma del 2010 ha di fatto imposto tale *modus operandi*.

Al dicembre 2011, infatti, 75 realtà camerale hanno fatto propria tale soluzione organizzativa (18 in più rispetto al 2010) e risulta in crescita l'opzione relativa ad un mix ragionato di formule gestionali da utilizzare: sia quella "una ad una" con altra Camera, sia quella che concentra a livello regionale lo svolgimento della funzione; un'opzione mista che riguarda circa il 40% delle Camere attive (e a fronte della quale si presenta in riduzione la scelta del ricorso esclusivo all'Unione regionale).

In questo ambito, l'investimento camerale mostra un interesse che non trascura pressoché alcuna delle linee di attività, non limitandosi pertanto alle sole funzioni – di regolazione del mercato, giustizia alternativa e vigilanza – che la riforma del 2010 ha

previsto di attivare obbligatoriamente secondo tale modalità (e che restano, comunque, quelle di prevalente diffusione, almeno nella modalità tra Camere – Tav. 11).

Tav. 11: Funzioni svolte in forma associata con altre Camere di commercio nel biennio 2010-2011
(% Camere per funzione)



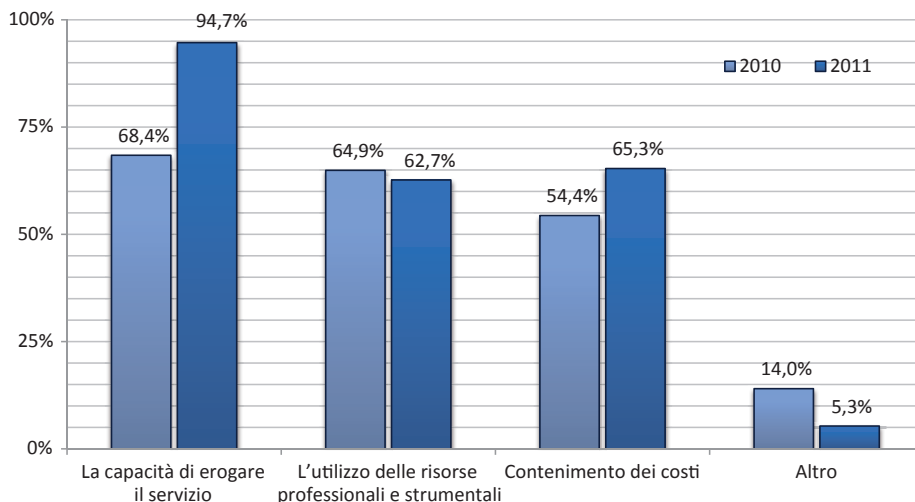
Legenda

- A Tenuta del Registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo e degli altri registri ed albi attribuiti dalla legge
- B Promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche
- C Promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività
- D Realizzazione di Osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica
- E Supporto all'internazionalizzazione per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero
- F Promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese
- G Costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese, tra imprese e consumatori e tra utenti
- H Predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti
- I Promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti
- L Vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci
- M Raccolta degli usi e delle consuetudini
- N Cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni
- O Altro

Il principale vantaggio atteso dalle Camere nell'utilizzo di tale formula risiede nella possibilità di migliorare la capacità di erogare il servizio attraverso la razionalizzazione nell'utilizzo delle risorse umane e finanziarie preposte, il conseguimento di una maggiore specializzazione sul versante della gestione delle competenze e dei servizi camerali,

e la realizzazione di economie di scala e di apprendimento grazie alle quali – peraltro – armonizzare nel tempo i livelli di efficienza e di qualità erogati sui diversi territori (Tav. 12).

Tav. 12: Vantaggi derivanti dallo svolgimento di funzioni in forma associata nel biennio 2010-2011
(% Camere per motivazione)



Il quadro delle risorse professionali; il valore aggiunto del Sistema

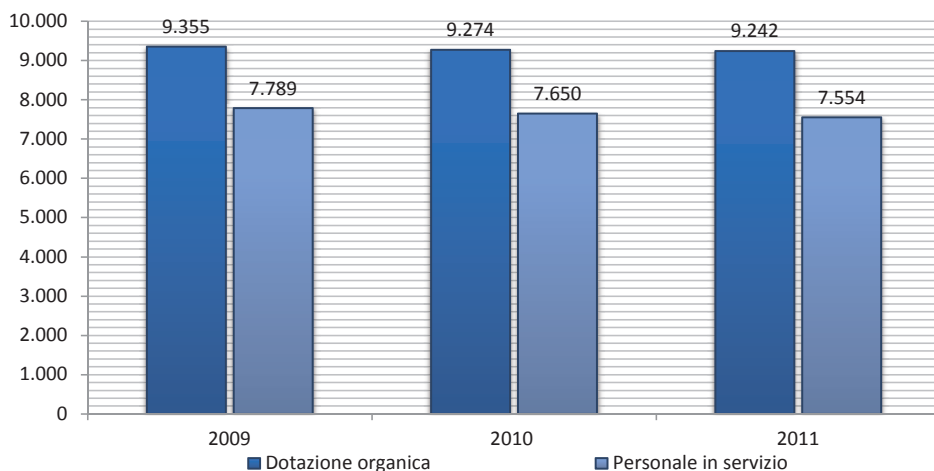
La lettura dei dati relativi alla dinamica aggiornata del personale camerale conferma numeri in progressiva riduzione facendo registrare – anche per il 2011 – una diminuzione della consistenza complessiva (-1,3% sul 2010), con un saldo netto negativo di circa cento unità (Tav. 13).

Questo nonostante nell'anno si siano, per così dire, “scaricati” gli effetti di ben due annualità di assunzioni secondo le norme in vigore: il nulla osta ministeriale alle assunzioni possibili per il 2010, infatti, è intervenuto nel gennaio del 2011, incidendo pertanto sulla competenza di detto anno congiuntamente a quello successivo, valido appunto per il 2011.

Non segue la stessa dinamica la corrispondente diminuzione della dotazione organica che, dopo un significativo riallineamento registrato negli anni precedenti, diminuisce in maniera più contenuta; l'irreversibilità del processo di contrazione degli organici, anche alla luce dei provvedimenti legislativi degli ultimi mesi, renderà peraltro necessario un deciso intervento orientato a ridurre il delta tra risorse effettivamente disponibili e livello teorico di fabbisogni professionali.

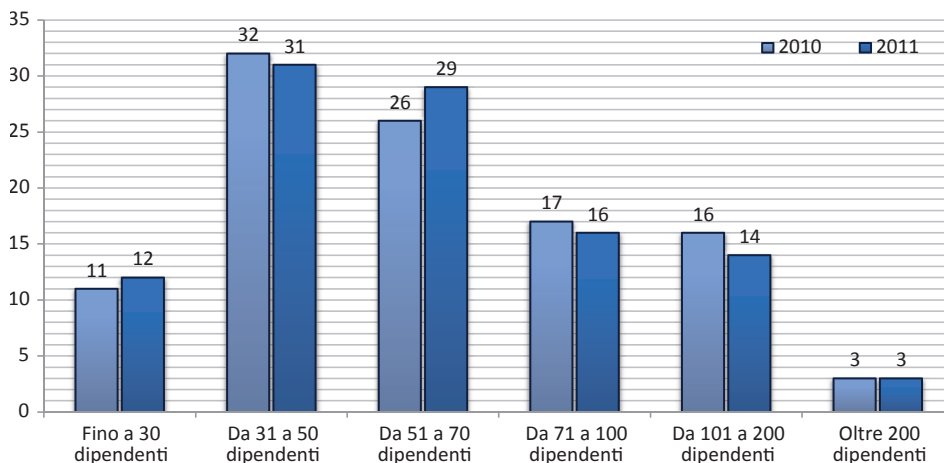
Corollario di ciò è la ridefinizione della distribuzione delle Camere per classi dimensionali (Tav. 14): al riguardo, l'andamento dell'ultimo biennio mette in evidenza lo

Tav. 13: Trend del personale delle Camere di commercio nel triennio 2009-2011



“scivolamento” della numerosità degli enti verso le classi con minore consistenza di personale. Da evidenziare, inoltre, come nella classe più grande dal punto di vista dimensionale (>200 dipendenti), solo in una realtà si registra il superamento, e di misura, della soglia delle 400 unità.

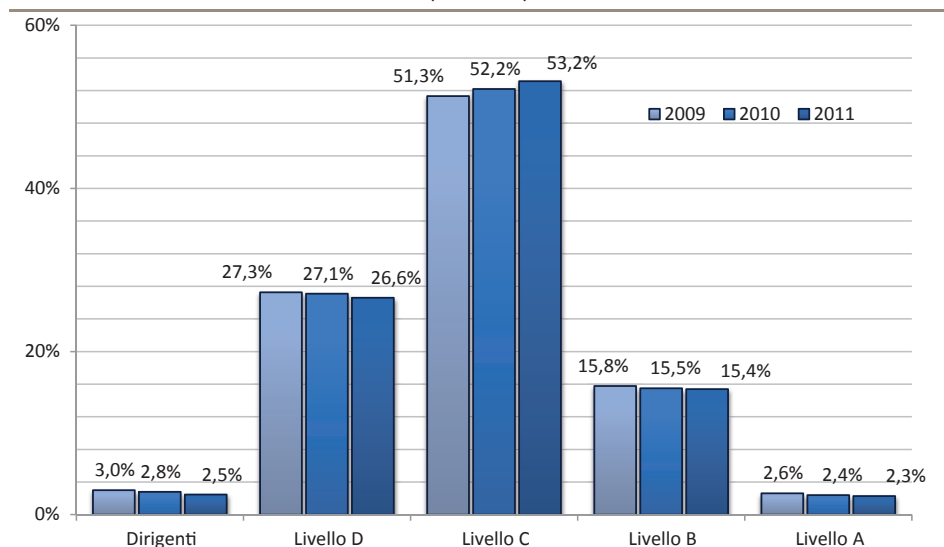
Tav. 14: Distribuzione delle Camere di commercio per classe dimensionale (n. Camere per classe)



La composizione per genere conferma come il 65% del personale camerale sia costituito da donne, con una distribuzione per livelli di inquadramento che ne vede la netta prevalenza nelle categorie D (il 62% del personale femminile) e C (il 72%). Al di là di una tradizionale preferenza delle lavoratrici verso l'impiego pubblico, ciò trova una spiegazione anche nella maggiore frequenza con cui esse si affermano all'esito di selezioni concorsuali, soprattutto se si richiede un titolo di studio elevato; parziale conferma di questo fenomeno si riscontra nel sensibile incremento del numero di laureati nella categoria C (il 28,8% nel 2011, +2,2 punti percentuali sull'annualità precedente) per l'accesso alla quale è richiesto il possesso del solo diploma superiore.

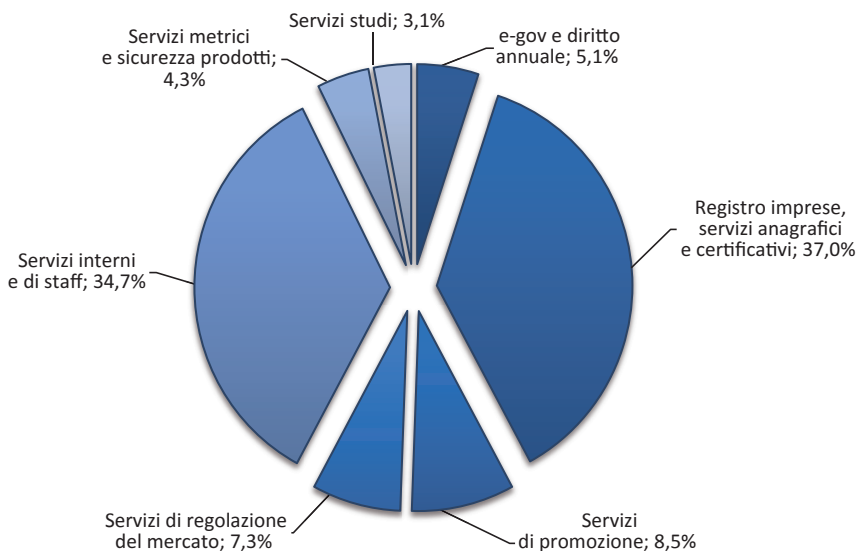
La distribuzione nelle categorie contrattuali rispecchia con chiarezza, proprio nella categoria C, l'effetto finale della contrazione degli organici e degli irrigidimenti normativi in materia di spese per il personale sulle politiche di gestione. Costretti a misurarsi con vincoli e rigidità che si prospettano invariabili nel medio termine, i decisori optano per un investimento a favore della categoria C, che nel 2011 concentra il 53,2% (Tav. 15) del personale e che risulta in lenta e costante crescita negli ultimi anni proprio al fine di assicurare le attività istituzionali più legate ai servizi all'utenza e alle funzioni amministrative, che si confermano i settori più presidiati.

Tav. 15: Trend di personale delle Camere di commercio, per categoria di servizio, nel triennio 2009-2011
(valori %)



A tale riguardo, pur con l'incidenza del saldo negativo del turnover, la distribuzione del personale tra ambiti di attività rimane sostanzialmente equilibrata (Tav. 16); vale tuttavia la pena notare come – a fronte dei processi di riorganizzazione interna e di Sistema –

Tav. 16: Personale a tempo indeterminato nelle Camere di commercio: distribuzione per settore di attività nel 2011 (mesi/uomo)



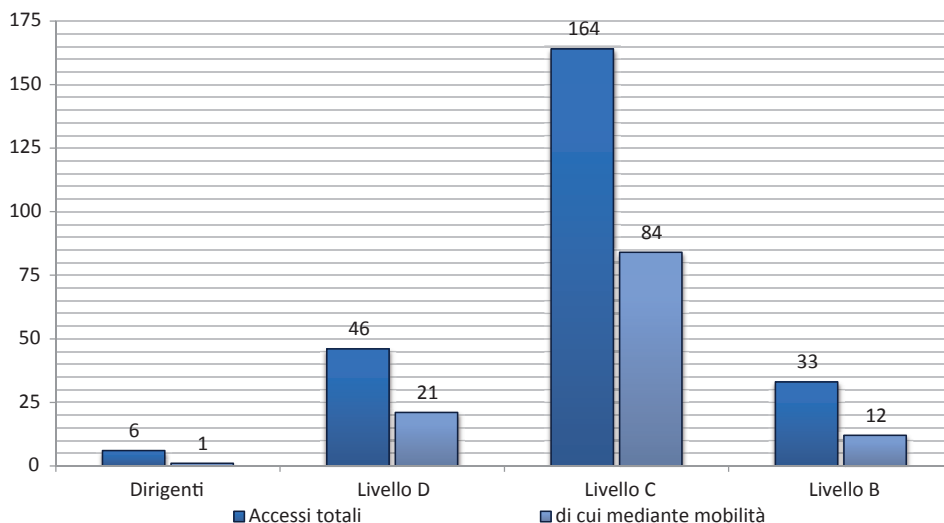
emerge una tendenza comunque positiva, pur nella sua esiguità, alla riduzione delle unità allocate sulle funzioni interne e di staff (-0,3% sul 2010), cui fa da riflesso un incremento più consistente nel personale attivo sul fronte della promozione (+1,6% sul 2010)².

In tema di accessi, la mobilità si attesta sempre più come canale preferenziale di reclutamento, rappresentando il 47% del totale dei nuovi accessi 2011 (+5% rispetto al dato 2010), con una punta del 51% nel caso della categoria C, dove, evidentemente, è più agevole riscontrare professionalità idonee provenienti dal panorama delle amministrazioni pubbliche diverse dalle Camere (Tav. 17).

Stesso ragionamento può farsi per quanto riguarda le cessazioni per mobilità, che sempre nella categoria C vedono attestarsi il valore più significativo (15%), segno che la fascia professionale dei collaboratori amministrativi è più fungibile rispetto a quelle che richiedono un tipo di specializzazione plurisettoriale che sconta le specificità dell'amministrazione Camera di commercio. La battuta di arresto che si registra invece nel deflusso per mobilità del personale di categoria D – che da circa il 16% del 2010 scende a un più contenuto 5,7% nel 2011 – potrebbe trovare giustificazione nella minore ricerca sul mercato di professionalità elevate per effetto dei tagli alla spesa pubblica.

² La modifica di alcune delle specifiche di rilevazione utilizzate dall'Osservatorio per monitorare tale allocazione, intervenuta a cavallo delle annualità 2010-2011, non consente di rappresentare le variazioni intervenute sugli altri ambiti di attività. Rileva tuttavia evidenziare questo indirizzo organizzativo del Sistema verso la ricollocazione di risorse dai servizi interni ai servizi di accompagnamento e promozione in favore delle imprese.

Tav. 17: Accessi dall'esterno del personale a tempo indeterminato nel 2011
(n. di accessi per categoria di servizio)



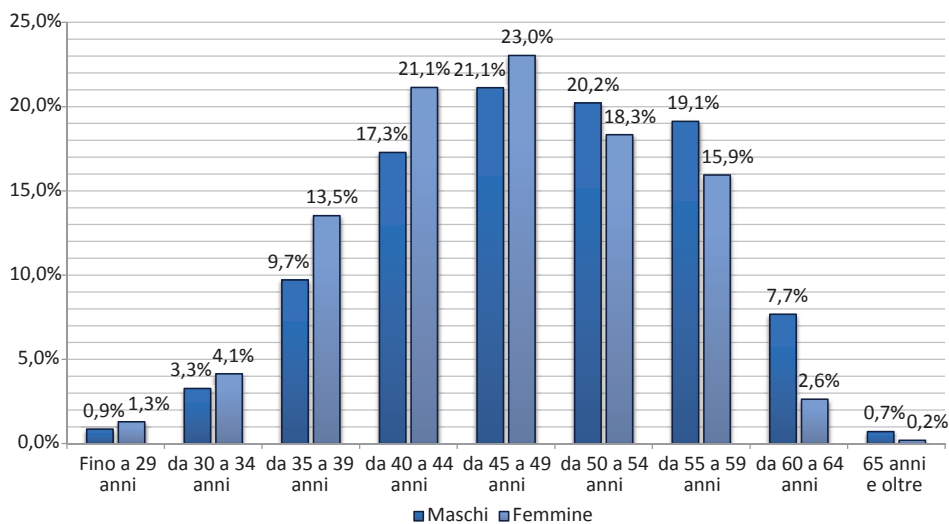
Si avvertono, nel 2011, i primi effetti della riforma pensionistica che, anche solo come effetto-annuncio, ha indotto i lavoratori e le lavoratrici in possesso dei requisiti per la pensione di anzianità ad utilizzare questa opportunità, in via di definitivo esaurimento, per la fuoriuscita dal lavoro. Ne deriva che, nonostante il contenuto dinamismo in termini di turnover, rimangono invariati i dati dell'età anagrafica media del personale (47 anni) e dell'anzianità media di servizio (18 anni), anche se gli addensamenti denunciano un accrescimento progressivo delle classi centrali per effetto del fisiologico scorrimento dei lavoratori in servizio (Tavv. 18 e 19).

Il ricorso al lavoro flessibile, tradizionale leva di gestione per far fronte al turnover temporaneo e alle esigenze imprevedibili legate a picchi di attività, oppure a necessità scaturenti da nuovi progetti, spesso finanziati con risorse esterne, riflette per il 2011 la politica di contenimento dei costi di personale imposta in via normativa (Tav. 20).

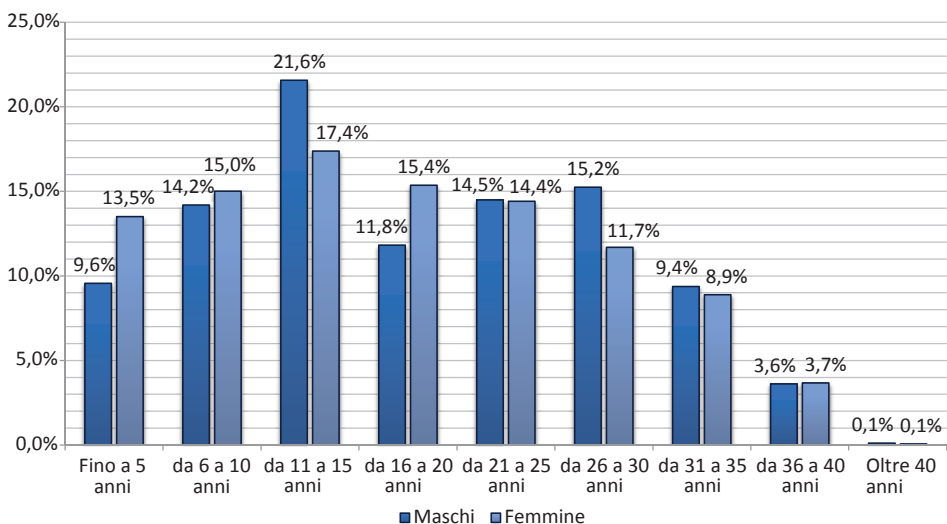
Il lavoro a tempo determinato, in particolare, segna un calo di circa il 20% nel numero delle unità; più contenuto il decremento nel lavoro somministrato, che tuttavia, per maggiore completezza, andrebbe letto anche in un'ottica di durata e stagionalità delle missioni. In leggera controtendenza il dato delle collaborazioni professionali che, dopo la contrazione negli anni passati dovuta all'irrigidimento per legge dei requisiti per la loro attivazione (qualificazione universitaria, autonomia dei compiti da svolgere ecc.), torna a salire di qualche unità per effetto di una più chiara individuazione dei bisogni che questa forma contrattuale è in grado di soddisfare, anche a fronte del calo delle altre forme.

Il dato di sintesi, comunque, racconta di amministrazioni vincolate a contenere la spesa entro rigidi parametri e, fermi restando gli eventuali impegni pluriennali già

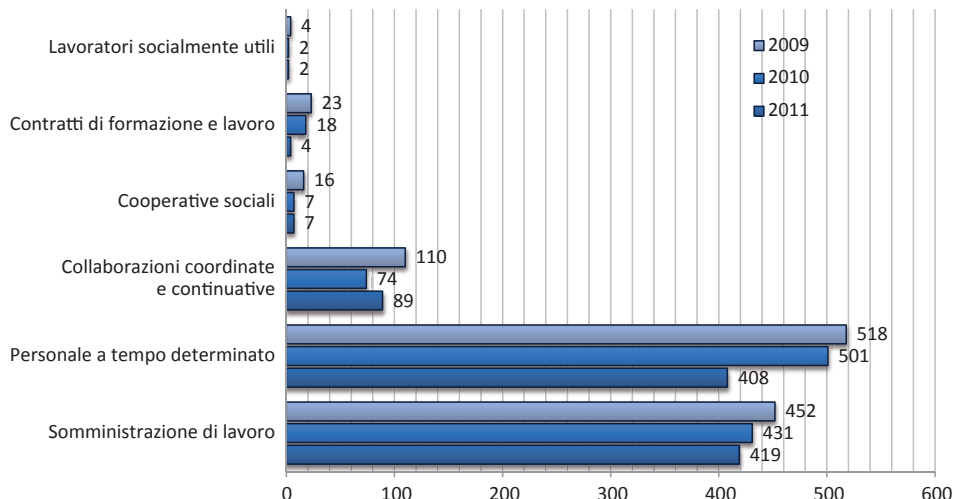
**Tav. 18: Personale a tempo indeterminato nel 2011:
distribuzione % per classi di età e genere**



**Tav. 19: Personale a tempo indeterminato nel 2011:
distribuzione % per classi di anzianità e genere**



Tav. 20: Lavoro "flessibile" nelle Camere di commercio nel triennio 2009-2011
(n. unità per tipologia)



assunti, che esauriranno comunque la loro efficacia al più in un triennio a partire dal 2010, certamente destinate a veder ulteriormente scendere questi numeri. Le conseguenze negative sono facili da intuire; non va trascurata, però, la lettura in positivo di una stretta di questo tipo: accorpamento di funzioni tra Camere, razionalizzazione degli orari e dei carichi di lavoro, focalizzazione sul *core business* e spinta ulteriore alla telematizzazione, reclutamenti più mirati sono le vie che si offrono agli amministratori per puntare a modernizzare gli enti camerali in sintonia con il contesto.

1.3 Gli snodi territoriali; la presenza nel contesto europeo

La riforma del 2010 ha rappresentato un traguardo estremamente significativo per le Camere di commercio, frutto di un cammino istituzionale che le ha portate a dotarsi di una forte identità, diversa da quella degli enti territoriali, di enti pubblici esponenziali e – allo stesso tempo – di autogoverno del tessuto imprenditoriale, e le ha orientate a lavorare in rete per fare fronte alle esigenze di sviluppo armonico e coeso dei territori.

Tra le principali novità della riforma vi è l'esplicita affermazione per legge di quel concetto di "Sistema camerale" con cui il legislatore ha consacrato questo modello operativo che negli anni ha permesso alle Camere di far crescere sempre di più i rapporti con le altre pubbliche amministrazioni, tanto a livello centrale – nei confronti del Governo e del Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) in particolare – quanto con i livelli amministrativi del territorio, in primo luogo con le Regioni, e nella dimensione istituzionale europea.

Unioncamere; unire per rappresentare e promuovere

L'Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura è un ente che riveste un ruolo strategico all'interno – e a servizio – del Sistema camerale, poiché chiamata a curarne e rappresentarne gli interessi generali nei confronti delle altre istituzioni e degli stakeholder, a svolgere attività di assistenza diretta per il miglioramento continuo dei livelli di servizio, della qualità progettuale e dell'efficienza organizzativa delle strutture camerali, nonché a garantire standard uniformi di attività sul territorio tramite azioni di indirizzo e di coordinamento degli attori del Sistema.

La riforma contenuta nel d.lgs. 23/2010 ha conferito maggiore incisività a tali funzioni, prevedendo per l'Unione la possibilità di esercitare direttamente le attività di livello nazionale affidate dal MiSE attraverso la stipula con quest'ultimo di accordi che impegnano l'intera rete camerale e che vanno ad aggiungersi all'insieme di convenzioni, accordi e protocolli d'intesa siglati in nome e per conto del Sistema camerale per l'avvio di partnership istituzionali per iniziative finalizzate alla promozione della crescita economica, dello sviluppo e della coesione territoriale (cfr. box a p. 38).

Nel 2011, in una fase di piena attuazione del mandato triennale di governance per il periodo 2010-2012, Unioncamere ha dovuto operare una (ri)modulazione delle proprie iniziative – pure in coerenza con gli obiettivi strategici del Piano triennale³ – in funzione delle priorità dettate da uno scenario economico in progressivo deterioramento e rispetto al quale, fin da subito, si è avvertita l'urgenza di individuare soluzioni da attuare per rimettere in moto un sistema economico e imprenditoriale duramente provato.

Nel condividere nuove priorità di riferimento per le attività e i progetti da mettere in campo per sostenere l'uscita dalla crisi del sistema produttivo italiano, sono state peraltro rinnovate le modalità d'azione del Sistema secondo il principio della sussidiarietà ed in una logica di efficienza.

Gli obiettivi prioritari della rete camerale per il 2011 si sono rivolti nell'insieme a rafforzare la competitività dei settori e delle economie locali. Questo con azioni volte ad *accompagnare le imprese sui mercati internazionali*, assistendo le PMI nell'individuazione di nuovi spazi di mercato (in termini sia di paesi di sbocco sia di target di clientela servita), nonché investendo su tutta la rete camerale per una maggiore promozione all'estero del "prodotto Italia". Su tale fronte, l'azione di Unioncamere ha teso a rafforzare il carattere unitario del Sistema – Camere di commercio italiane, italiane all'estero e miste – sviluppando progettualità fondate sull'obiettivo di incrementare la logica di integrazione tra le diverse reti camerali territoriali.

Unioncamere ha poi agito a fianco delle Camere di commercio per *promuovere l'innovazione e la rivalutazione dell'offerta di beni e servizi made in Italy*, con interventi sulle

3 Ovvero *Sostenere l'innovazione e il rilancio competitivo dei territori*, migliorando le condizioni di contesto per la nascita e il rafforzamento delle imprese e per generare benessere diffuso; *Rafforzare il mercato e tutelare il made in Italy*, promuovendo l'eccellenza italiana nel mondo e garantendo la concorrenza e la trasparenza dei mercati; *Promuovere la riforma del Sistema camerale*, rendendo le Camere più forti ed autorevoli sulla base delle funzioni assegnate loro.

leve attraverso cui il tessuto imprenditoriale (nel manifatturiero come nel turismo) è in grado di conquistare nuove fasce di mercato e rispondere a nuove esigenze di consumo, realizzati al fine di qualificare, promuovere e tutelare le tipicità dell'offerta italiana; per *valorizzare le eccellenze dei territori e l'avvicinamento alle economie del Mediterraneo*, attivando percorsi di sviluppo locale coerenti rispetto all'offerta di qualità e ai saperi produttivi dei territori, sostenendo uno sviluppo economico integrato tra le diverse regioni del Paese; per *rilanciare la produttività dei sistemi d'impresa e del sistema Paese*, promuovendo nuove e più efficienti modalità di aggregazione tra le PMI (reti d'impresa, in primo luogo), strumenti in grado di ammortizzare e sfruttare appieno gli investimenti connessi agli sviluppi dell'innovazione e alla penetrazione dei mercati, nonché programmando interventi in grado di rispondere all'esigenza di maggiore efficienza delle pubbliche amministrazioni, di semplificazione dei percorsi autonomi di sviluppo, di una giustizia civile più rapida.

In merito ai fattori di competitività, l'azione del Sistema si è orientata prioritariamente a *sostenere la crescita dell'occupazione e l'innalzamento qualitativo della domanda di lavoro*, potenziando le iniziative nel campo dell'orientamento scolastico e supportando la programmazione formativa per le figure strategiche nei diversi sistemi economici locali; *sostenere la nascita e lo start-up delle imprese* con iniziative mirate a ridurre il peso della burocrazia sulla nascita dell'impresa, favorire l'individuazione di nuove opportunità imprenditoriali per i giovani e per chi cerca di rientrare nel mondo del lavoro, promuovere l'imprenditorialità femminile e straniera e lo sviluppo del terzo settore e assistere il passaggio generazionale; *affiancare le imprese nel reperimento dei capitali e nell'accesso al credito* tramite lo sviluppo di accordi con il sistema bancario e le professioni per affrontare le nuove sfide di Basilea 3, rafforzando l'affidabilità finanziaria delle imprese, affinando il rating d'impresa, fino al miglior utilizzo degli strumenti di garanzia.

Alla gamma di interventi di supporto ed assistenza progettuale alle Camere di commercio su questi ambiti prioritari, di cui si darà conto nelle prossime pagine, si è aggiunta anche nel 2011 la costante azione di monitoraggio, approfondimento, studio e ricerca che rende l'Unione uno dei principali riferimenti nazionali per le analisi sulla struttura economica, produttiva e sociale del Paese; attività svolte in modo sistematico e organico attraverso le iniziative e le pubblicazioni originali dell'INDIS (www.indisunioncamere.it) – l'ufficio speciale di Unioncamere che svolge attività di studio e promozione del settore della distribuzione, del commercio e dei servizi (cfr. box a p. 40) e del Centro Studi Unioncamere, reperibili, queste ultime, nell'ambito del portale Starnet – Statistica in rete (www.starnet.unioncamere.it).

Le risultanze delle attività di studio ed approfondimento, realizzate spesso in collaborazione con prestigiosi istituti di ricerca, sono valorizzate e condivise in appositi momenti di riflessione di Sistema; è il caso del lavoro svolto riguardo al monitoraggio sull'evoluzione dell'organizzazione e delle strategie commerciali dei distretti produttivi, confluito nel II Rapporto dell'Osservatorio nazionale sui distretti (febbraio 2011), della ricerca *L'Italia che verrà* e del II Rapporto PIQ, finalizzati il primo a indagare il ruolo e

Principali accordi e convenzioni di rilevanza esterna sottoscritti da Unioncamere nel 2011

Marzo

- Protocollo d'intesa con l'Alleanza delle cooperative italiane (AGCI, Confcooperative e Legacoop) per la valorizzazione e la promozione delle reti d'impresa e l'istituzione di un Tavolo di indirizzo e coordinamento.
- Protocollo d'intesa biennale con la SIMEST per favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane attraverso la realizzazione di attività congiunte di collaborazione relative ai servizi.
- Convenzione triennale con il MiSE relativa alla promozione e all'assistenza delle imprese attraverso la realizzazione dei progetti presentati e finanziati sui residui perenti dell'annualità 2003 del Fondo Balcani (legge 84/2001).

Aprile

- Convenzione con l'INAIL finalizzata all'attuazione del progetto "Etica, sicurezza e responsabilità sociale" (finanziato nell'ambito del Fondo europeo per l'integrazione di cittadini di paesi terzi 2007-2013 – FEI) attraverso la realizzazione di corsi di formazione sulle tematiche della sicurezza e della responsabilità sociale per i lavoratori immigrati e per gli operatori del settore.
- Collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per la Programmazione e il coordinamento della politica economica – per la realizzazione del progetto "Doing Business Subnational in Italy 2012", finalizzato allo studio e alla valutazione dell'adeguatezza del contesto normativo italiano rispetto all'attività d'impresa.

Luglio

- Convenzione annuale con l'associazione Globus et Locus per l'attuazione di attività di studio finalizzate alla realizzazione di un master in amministrazione globale rivolto alla classe dirigente del Sistema camerale.
- Protocollo d'intesa con la CONFAPI per la promozione, il sostegno e la validazione delle reti d'impresa.
- Accordo di collaborazione triennale con l'ANCI per lo sviluppo e la promozione di attività di studio e ricerca in materia di distribuzione commerciale e servizi, trasparenza sulle tariffe e prezzi.

Novembre

- Protocollo d'intesa con R.ETE. Imprese Italia per la promozione e la valorizzazione delle reti d'impresa tramite la realizzazione di iniziative specifiche a livello locale.

Dicembre

- Protocollo d'intesa triennale con il Ministero dell'Interno sul tema della legalità, finalizzato a favorire lo scambio di dati e informazioni relativi ai reati in danno degli esercizi commerciali e delle imprese.

- Convenzione con il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per la realizzazione di uno studio sul tema dei costi della mancata organizzazione e gestione della salute e della sicurezza sui luoghi di lavoro.
- Accordo di programma con il MiSE per sostenere i progetti delle Camere di commercio in tema di diffusione e trasferimento dell'innovazione, la promozione e l'avvio delle reti d'impresa e dei contratti di rete.

il peso che la produzione di cultura assume in tutte le dimensioni del nostro sistema economico e il secondo a misurare nella contabilità nazionale la quota di beni e servizi "di qualità", e della redazione del II Rapporto *Green Italy*, il cui obiettivo risiede nel mettere a fattor comune conoscenze e competenze, nonché promuovere le esperienze *green* più avanzate ed innovative diffuse sul territorio nazionale.

Nel corso dell'anno, parte consistente dell'impegno di Unioncamere è stata rivolta alla promozione ed attuazione di quanto previsto dalla riforma del 2010, sotto il profilo sia giuridico sia tecnico-organizzativo; forte impulso è stato dato ai lavori di studio, approfondimento e supporto alla predisposizione, da parte del MiSE, dei primi decreti attuativi in materia di governance delle Camere (cfr. cap. 3), nonché alle attività di definizione e sperimentazione di strumenti operativi da rendere disponibili alle Camere per la migliore attuazione di quanto previsto dalla norma sul fronte organizzativo, in materia, ad esempio, di gestione associata di funzioni a livello territoriale.

Si è altresì lavorato al fine di migliorare le attività di assistenza all'interpretazione della normativa vigente, alla gestione e alle politiche per il personale – fronte su cui le svariate novità legislative intervenute nel corso del 2011 in materia economica e previdenziale hanno determinato un forte impegno della struttura nella risposta –, e alle tematiche inerenti all'amministrazione e alla gestione economico-finanziaria.

In generale, nel corso del 2011 si è agito per affiancare le Camere nello sviluppo delle migliori risposte, e nella loro concreta attuazione, alle sfide sull'efficienza e sulla performance organizzativa cui gli enti camerali, al pari di tutta la PA, sono stati chiamati dal nuovo corso voluto dalle riforme legislative recenti. Ciò, peraltro, anche con l'introduzione di una nuova modalità di lavoro "laboratoriale" che privilegia l'investimento sul capitale umano quale asset per favorire la crescita permanente del Sistema su questi temi; una modalità che si incentra sulla valorizzazione e sullo sviluppo delle *capabilities* favorendo l'introduzione nelle strutture di know-how specifico per gestire operativamente le nuove sfide, ma – al contempo – con il diretto coinvolgimento del management e delle figure professionali, che operano nelle Camere stesse, per individuare soluzioni e favorire impostazioni comuni.

A riguardo, Unioncamere ha messo a disposizione delle Camere un format di laboratorio fruibile attraverso piattaforme di web learning, quindi "a costo zero" per le realtà partecipanti, che ha permesso di raggiungere contatti e risultati di immediata utilizzabilità.

L'attività 2011 dell'Istituto nazionale distribuzione e servizi (INDIS)

Nel corso del 2011 l'INDIS, che per Unioncamere si occupa di distribuzione commerciale, ha operato al fine di rafforzare i rapporti con i competenti assessorati, le Regioni e l'Associazione nazionale dei Comuni a beneficio del Sistema camerale e del mondo imprenditoriale.

In quest'ottica, è proseguito il monitoraggio della disciplina commerciale, sviluppato attraverso le riunioni coordinate della Rete dei corrispondenti regionali sul commercio che hanno consentito di dare corpo alla prospettiva di un modello di relazione sinergica tra il Sistema camerale e le Regioni sulle tematiche inerenti al commercio, alla distribuzione e, più in generale, alle attività produttive. Il confronto su questi temi si è svolto anche attraverso la rivista "Disciplina del commercio e dei servizi", con riferimento alla quale è stata avviata una politica di "territorializzazione" dei referenti tecnici sulla disciplina del commercio, con una presenza più incisiva delle Regioni e dei Comuni (il che ha rappresentato un rafforzamento dei presidi informativi e dei contributi redazionali). Di rilievo la preparazione dell'annuale Convegno nazionale del commercio con la predisposizione di un dossier sull'evoluzione della disciplina commerciale, e la redazione di un documento – di matrice programmatica – denominato *CommercioFuturo*, in cui sono stati trattati, in un raffronto tra pro e contro, alcuni punti su cui costruire un'efficace "agenda" del commercio. Tali documenti hanno rappresentato un momento di condivisione con il mondo associativo, con il MiSE, nonché con le Regioni e con l'ANCI. Il Convegno è stato anche l'occasione per ricordare i 40 anni di fondazione dell'INDIS con una brochure in cui sono state evidenziate le linee di lavoro sviluppate e il materiale più significativo prodotto negli anni.

Nell'ambito dell'Accordo di collaborazione triennale con l'Istituto Tagliacarne, sono stati realizzati alcuni studi e la ricerca su *Le reti d'impresa e il contratto di rete*, sulla diffusione dello strumento del Contratto di Rete nel settore dei servizi. Inoltre, nell'ambito del programma delle attività di studio e ricerca da svolgersi con le Regioni, sono state individuate linee di lavoro relative agli "Incentivi al commercio", da un lato, con l'obiettivo di verificare l'incidenza degli interventi nazionali e regionali erogati dalle imprese, e quelle sui *Farmer's markets*, dall'altro, con l'obiettivo di verificare la possibile condivisione fra Regioni e Comuni di un disciplinare per l'attivazione di questi mercati.

È stata poi sviluppata una ricognizione sugli Osservatori regionali sul commercio, che ha rappresentato un momento di verifica sulle attività di questi ultimi, nonché un punto di partenza per stimolare la rete delle Unioni regionali a una partecipazione attiva al monitoraggio della disciplina commerciale; ciò al fine di attivare, insieme con il MiSE, una strategia condivisa da applicare anche a livello nazionale.

In merito ai rapporti con il mondo associativo, di rilievo la collaborazione con Assofranchising per la realizzazione del *Rapporto annuale sul franchising*, la più attendibile fonte di informazione sul modello distributivo.

L'Istituto ha poi organizzato o partecipato a convegni e seminari tra i quali, oltre al citato Convegno nazionale del commercio, l'iniziativa "Matching 2011", in cui si è trattato delle Reti di impresa per l'internazionalizzazione della distribuzione; "Urbanpromo", in cui è stato presentato un modello di Laboratorio di marketing urbano (Marketing Lab), finalizzato all'esposizione e all'implementazione di alcuni servizi e progetti innovativi per la valorizzazione e la promozione di aree turistiche e commerciali dei centri storici e delle aree urbane; nonché l'iniziativa organizzata per il centenario Unioncamere della Repubblica Federale Tedesca, dove l'Istituto ha presentato un testo su *Le linee di sviluppo dei sistemi di gestione integrata dei centri cittadini*.

Per quanto attiene ai prodotti editoriali, oltre alle riviste "Disciplina del commercio e dei servizi" e "Tendenze dei prezzi", tra le pubblicazioni più recenti ricordiamo gli *Atti del IX Convegno nazionale sul commercio e il mondo dei mercati e dei prodotti agro-alimentari. Annuario 2012*. Nell'ambito della collana di monografie si citano il *Codice del commercio. La disciplina amministrativa nazionale e regionale e il Rapporto sulle tariffe dei servizi pubblici locali 2010*.

Vale la pena evidenziare, a riguardo, come nel corso del 2011 Unioncamere abbia ottenuto il primo rinnovo triennale della certificazione UNI EN ISO 9001 che riguarda in prima istanza l'insieme di processi per i quali è prevista una relazione diretta e sistematica con le Camere di commercio, sotto il profilo dell'assistenza e del monitoraggio⁴. Nel corso dell'anno si è dato avvio alle attività propedeutiche all'estensione del Sistema qualità all'intero ente, con la mappatura dei processi di valutazione del personale, pianificazione e controllo, controllo di gestione e gestione dei progetti cofinanziati.

Sotto il profilo amministrativo si è operato per diffondere presso le Camere un nuovo modello di pianificazione finanziaria a supporto dei processi decisionali relativi alle politiche di bilancio di investimento e di utilizzo del patrimonio netto; per individuare gli indicatori, fissare criteri e metodologie per la loro costruzione, e definire i nuovi schemi di documenti previsionali e di rendicontazione economici e finanziari in attuazione (tramite uno stretto raccordo con il MiSE) del percorso di riforma del regolamento per la gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio; per fornire indirizzi e sviluppare, sia sul piano della legittimità sia su quello più prettamente operativo, il modello dell'in house tramite l'approvazione di un apposito regolamento per l'esercizio del controllo analogo, cornice di riferimento dei rapporti tra Unioncamere e le agenzie del Sistema per lo svolgimento di attività in favore delle Camere. Si è altresì provveduto, come dettagliato in seguito, all'avvio (e conclusione) di un progetto sperimentale per

4 A tale proposito, infatti, fa piacere sottolineare come uno dei processi certificati UNI EN ISO 9001, a partire dal 2008, sia proprio quello che riguarda le attività di monitoraggio dell'Osservatorio camerale, di cui il presente volume rappresenta il principale prodotto editoriale.

il consolidamento dei conti del Sistema, anticipando un obbligo previsto dalla recente legge di riforma della contabilità e della finanza pubblica.

Sul fronte dei meccanismi di perequazione si è intervenuti, da un lato, incrementando le risorse disponibili nel Fondo intercamerale d'intervento (contestualmente alla fissazione di rigidi criteri in materia di requisiti di ammissibilità, premialità e parametri di presentazione/valutazione dei progetti) e, dall'altro, dando attuazione alla riforma del Fondo perequativo, strumento cui sono demandate le strategie di coesione del Sistema e le attività di monitoraggio della finanza camerale, con l'entrata in vigore nel gennaio 2011 del nuovo regolamento che vede rafforzato il ruolo delle Unioni regionali e introduce modifiche significative al disciplinare delle iniziative di Sistema.

L'impegno si è poi rivolto a valorizzare la dimensione "di rete" del Sistema camerale con azioni ed iniziative finalizzate a rafforzare il coordinamento tra gli attori della rete stessa, aumentando i momenti di condivisione e confronto al fine di migliorare la progettualità del Sistema, definire punti di omogeneità nei servizi e nelle attività svolte dalle singole amministrazioni camerali e potenziare le strutture di snodo, aumentandone il livello di autonomia e la capacità di cooperare per fini comuni.

In tal senso, si è lavorato al fine di migliorare il raccordo tra le Unioni regionali (cfr. *infra*) e a sviluppare il ruolo della Consulta dei segretari generali. Negli ultimi mesi dell'anno Unioncamere ha coinvolto tutta la rete camerale nell'ambito di una specifica iniziativa volta a sostenere ed agevolare le Camere di commercio nel percorso di ideazione e sviluppo delle iniziative progettuali, tramite l'attivazione di canali virtuosi di raccolta, individuazione – secondo criteri allineati al modello europeo – e condivisione delle buone pratiche realizzate all'interno del Sistema nei vari ambiti che ne caratterizzano l'intervento. Il *kick-off* dell'iniziativa sul territorio ha permesso, in pochi mesi, di raccogliere una considerevole massa critica di progettualità (oltre 135 schede progetto trasmesse dalle singole Camere di commercio, Aziende speciali ed Unioni regionali), da istruire e valorizzare grazie all'operato di un *pool* di rappresentanti delle Camere e professionalità esperte, esterne al Sistema, in materia di valutazione di progettualità complesse.

Staff Services in Brussels; la sponda del Sistema in Europa

Nel definire e realizzare le proprie attività le Camere di commercio italiane tengono naturalmente conto delle sollecitazioni e degli indirizzi che emergono nel resto d'Europa, dimensione in cui – in prospettiva – andranno sempre più a determinarsi le "regole del gioco" del vasto insieme di iniziative da intraprendere per favorire lo sviluppo economico e la coesione sociale.

La promozione del Sistema camerale italiano verso le istituzioni europee passa per l'attività della Staff Services in Brussels (SSB asbl), la struttura di Unioncamere che opera al fine di assicurare il raccordo con gli altri Sistemi camerali d'Europa, fornire assistenza alle Camere italiane nella presentazione di progetti a valenza europea e curare la realizzazione di studi su temi di rilievo per le politiche comunitarie.

Nel 2011, in particolare, la dimensione europea ha rappresentato un fattore di grande attenzione per lo sviluppo delle attività camerali per due ordini di ragioni. Da

un lato per la drammatica crisi economica, i cui effetti negativi sono stati confermati nelle decisioni prese da alcuni Governi europei sui rispettivi Sistemi camerale di diritto pubblico, come nel caso di paesi come la Spagna, l'Olanda e la Grecia; dall'altro per l'intensa attività legislativa delle istituzioni europee (in tema di diritto contrattuale europeo, di turismo, di input verso l'interconnessione dei Registri delle imprese, di procedure di conciliazione), che ha dimostrato di avere un impatto sempre più intenso sulle competenze delle Camere di commercio italiane.

Su tali basi, nel corso del 2011 SSB ha operato nel porre le condizioni per un dialogo stabile con i principali attori del sistema-Italia presenti a Bruxelles insieme ai quali condividere le strategie di approccio all'Europa, in un momento peraltro cruciale della negoziazione relativa al periodo di programmazione dei fondi europei 2014-2020. Sono stati così avviati tavoli di collaborazione bilaterale con le rappresentanze delle principali associazioni di categoria e, dal mese di novembre, la SSB è entrata a far parte del Gruppo di lavoro sugli strumenti finanziari innovativi (GIURI) della Commissione europea (DG REGIO), importante momento di confronto fra gli attori nazionali sui temi della ricerca ed innovazione europea.

L'attività più propriamente informativa ha visto l'attivazione di Spazio Europa, un apposito sistema informativo sulla legislazione europea e sull'attività di Eurochambres (l'associazione delle Camere di commercio europee), accessibile nel sito web di Unioncamere, che concentra servizi in favore del Sistema camerale (www.unioncamere.net), nel quale si provvede altresì all'aggiornamento settimanale del Sistema informativo sui bandi europei a gestione diretta.

Diverse le attività svolte nel 2011 da SSB in materia più prettamente progettuale, tra cui il coordinamento delle 6 strutture camerale italiane partner del progetto East Invest finalizzato a consentire un'offerta congiunta di servizi ad Eurochambres; la collaborazione con quest'ultima in vista del lancio della nuova fase del programma EU-Turkey Chambers Forum (ETCF II) per il sostegno alle capacità delle Camere turche nell'acquisizione dell'*acquis* comunitario; l'elaborazione, in stretto raccordo con la Commissione europea, di un'idea progettuale per l'inserimento del Sistema camerale nell'ambito del programma di assistenza tecnica ELENA, per la promozione dell'efficienza energetica in Europa in collaborazione con gli enti locali partecipanti alla Covenant of Mayors.

"Portare l'Europa nel Sistema camerale", infatti, è lo slogan con cui sono state intraprese alcune iniziative mirate, tra cui, ad esempio, l'organizzazione di corsi e seminari di formazione, a Bruxelles, per le Camere di commercio e le loro strutture operative sulle opportunità di finanziamento europee, realizzata insieme al Gruppo delle Strutture camerale per l'internazionalizzazione.

Intensa l'attività di assistenza svolta da SSB in materia di aiuti di Stato, in particolare per la notifica degli aiuti a PMI attive nel settore agricolo (regime 241/2001). A riguardo, la struttura ha provveduto ad analizzare diverse relazioni inviate dagli enti camerale, a predisporre la relativa relazione da inviare alla Commissione europea e a pubblicizzare il nuovo regime Unioncamere, sostitutivo del regime 241; nel dicembre

dello stesso anno è stato organizzato a Roma il tradizionale incontro annuale di aggiornamento sulla materia, con la partecipazione di circa 1/3 delle Camere di commercio.

L'azione di affiancamento puntuale alla Presidenza italiana di Eurochambres ha rappresentato per SSB una delle attività di maggior impegno, con la preparazione delle riunioni statutarie (Assemblea, Comitati di presidenza, Comitato strategico, Comitato budget), la partecipazione alle riunioni dei gruppi di lavoro specialistici, l'assistenza logistica ed organizzativa alle missioni. In merito, il rinnovo del mandato italiano per un ulteriore biennio, avvenuto in occasione dell'Assemblea di Eurochambres del 24 ottobre, rappresenta una conferma dell'apprezzamento riguardo al lavoro svolto dal Sistema camerale italiano in Europa e per l'Europa.

Di rilievo, infine, l'attività svolta dal Gruppo di lavoro delle Camere di commercio europee di diritto pubblico, il cui impegno ha subito una forte accelerazione nel corso del 2011 anche in reazione alle pesanti conseguenze della crisi già evidenziate in premessa. Il Gruppo di lavoro si è riunito a cadenza quasi mensile a partire dal mese di maggio e la struttura è stata direttamente impegnata a fianco di Unioncamere nell'elaborazione delle posizioni italiane e nella partecipazione ai lavori. Ciò ha portato alla sottoscrizione, nel dicembre 2011, di una Dichiarazione delle Camere di commercio europee di diritto pubblico da parte dei presidenti membri delle tredici Unioni nazionali dell'Europa allargata.

Le Unioni regionali; sussidiarietà e territorio

La riforma contenuta nel d.lgs. 23/2010 ha notevolmente rafforzato il ruolo delle Unioni regionali, organismi che associano le Camere di commercio a livello territoriale e ne curano e rappresentano gli interessi presso gli attori istituzionali locali, perseguendo gli obiettivi del Sistema nel favorire il raccordo tra la programmazione camerale e le politiche regionali per le imprese, realizzando servizi comuni ed esercitando competenze camerale ad esse delegate.

Alla fine del 2011 si presenta in via di completamento il percorso di omogeneizzazione del quadro di riferimento generale per l'attività delle Unioni regionali, innescato dal decreto legislativo di riforma. In particolare, anche grazie al supporto e al coordinamento nazionale di Unioncamere, l'80% delle strutture aveva già recepito nel proprio Statuto i contenuti delle linee guida previste dal decreto – articolate in principi generali vincolanti e in formulazioni adattabili alle dimensioni delle strutture e alle peculiarità dei contesti territoriali – concretizzando quel percorso di omogeneizzazione delle regole (dalla *mission* e composizione degli organismi direttivi alla definizione della base impositiva per l'aliquota associativa) che costituisce un utile presupposto per il rafforzamento dell'attività finalizzata a elevare la competitività dell'economia svolta dal livello regionale della rete camerale.

Sul versante del potenziamento degli strumenti operativi del network delle Unioni regionali, dopo aver condiviso uno schema comune di bilancio preventivo, si è dato avvio ad un confronto a livello di Sistema su alcuni strumenti di lavoro (piano dei conti, controllo di gestione, bilancio sociale di Sistema regionale, modalità di selezione

e gestione delle risorse umane), la cui disponibilità risulta necessaria non solo al fine di elevare l'efficienza di gestione delle attività, ma anche per la misurazione delle performance e il controllo dei costi non limitatamente alla gestione delle attività progettuali.

Dal punto di vista di tali attività, al fine di cogliere al meglio gli spazi aperti dal decreto di riforma, le Unioni regionali hanno concentrato il proprio impegno su tre tipologie prioritarie di intervento: 1. la collaborazione con le Regioni nella definizione delle *policies* per lo sviluppo economico territoriale; 2. l'attività di osservatorio e monitoraggio delle economie locali; 3. la promozione della gestione associata delle competenze camerale.

La presentazione di progetti nella nuova sezione del Fondo perequativo ad accesso diretto delle Unioni regionali è stata orientata attraverso i prototipi approvati da Unioncamere nell'ambito di tali direttrici di marcia con l'obiettivo di determinare un salto di qualità nella struttura organizzativa di tutte le Unioni sulle tre priorità fissate, che corrispondono ad aspetti decisivi di funzionamento della rete camerale. Alla fine del 2011 sono stati approvati 39 progetti, dei quali 18 per potenziare il monitoraggio dell'economia regionale, 16 per avviare interventi sperimentali di gestione associata delle competenze e 5 per attivare osservatori sulla normativa regionale.

Tra le iniziative da segnalare, nel 2011, la collaborazione delle Unioni regionali e delle Camere coinvolte nel progetto "Doing Business Subnational in Italy 2012", promosso dal Dipartimento per la programmazione e il coordinamento della politica economica (DIPE) della Presidenza del Consiglio dei ministri e affidato al Gruppo Banca mondiale. Attraverso un protocollo di collaborazione sottoscritto con il DIPE, il Sistema camerale ha contribuito alla fase attuativa del progetto, per valorizzare il ruolo degli enti camerale al fine di elevare la performance dell'Italia nelle graduatorie internazionali, con particolare riferimento all'indicatore sulle attività d'impresa.

Uno dei fattori decisivi per il consolidamento a livello territoriale delle competenze attribuite all'istituto camerale nel provvedimento di riforma risiede nello sviluppo e nella valorizzazione delle collaborazioni tra Unioni regionali e Regioni puntando sul rafforzamento della collaborazione tra le strutture camerale, elemento che spinge a sua volta a una maggiore convergenza degli interventi camerale di promozione. A riguardo, le esperienze più avanzate di partnership con le Regioni attestano che l'impegno comune degli enti camerale nella fase attuativa degli interventi congiunti determina un potenziamento delle logiche di Sistema; anche su questo aspetto, la presenza dei rappresentanti delle Regioni nel Comitato esecutivo di Unioncamere, prevista dal decreto di riforma, aiuterà a rafforzare le esperienze di collaborazione in atto.

Capitolo 2

Le attività, le risorse,
i risultati

A fronte della crisi che ha investito il sistema economico internazionale e delle sue preoccupanti ripercussioni sull'evoluzione a breve del sistema imprenditoriale italiano, nel corso del 2011 le Camere di commercio hanno agito con l'obiettivo prioritario di individuare percorsi strategici e di porre in essere soluzioni operative in grado di sostenere la competitività delle imprese italiane, la loro crescita ed il loro sviluppo; il tutto con azioni, spesso integrate a livello di Sistema, volte a **migliorare le condizioni organizzative e di contesto** per la nascita di nuove imprese ed il rafforzamento di quelle esistenti, a **tutelare la concorrenza e il corretto funzionamento del mercato**, a **promuovere i territori e le loro produzioni di eccellenza**, sia sul fronte interno sia all'estero.

Su tale impegno, che fa leva sul vasto insieme di competenze e di funzioni nel tempo attribuite al Sistema camerale, poi confermate ed ampliate dalla riforma di cui al d.lgs. 23/2010 ad oggi in fase attuativa, si innesta una precisa e costante attenzione delle Camere a programmare il proprio intervento nell'economia, assicurando il corretto equilibrio nella gestione e destinazione di quelle risorse finanziarie che il Sistema trae dalle imprese sotto forma di diritto annuale.

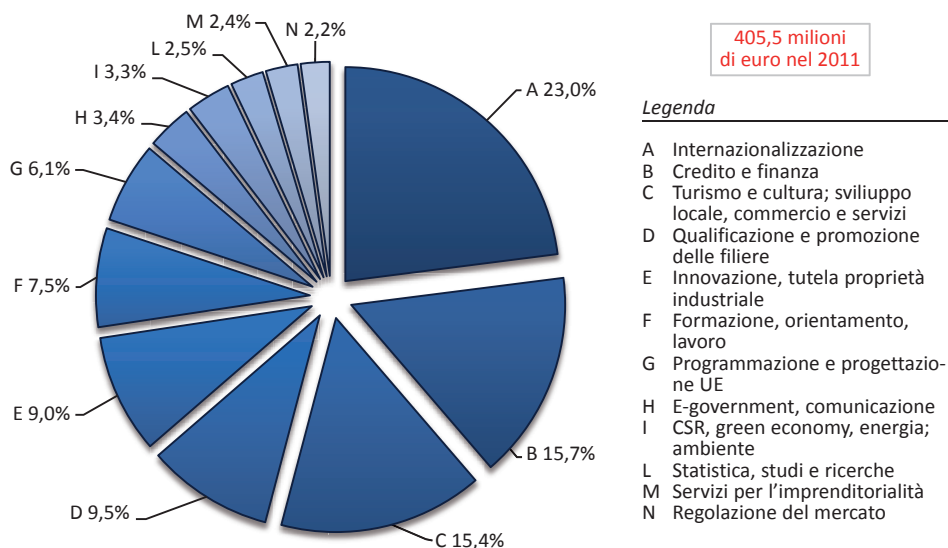
Parte consistente delle risorse derivanti dai pagamenti del diritto annuale camerale, infatti, viene restituita alle imprese sotto forma di servizi amministrativi e promozionali, di investimenti per la crescita e di interventi economici in favore della competitività e dello sviluppo del territorio. Un complesso di interventi che ogni Camera di commercio programma e realizza in funzione delle specifiche esigenze di semplificazione e sviluppo espresse dal sistema economico di cui è diretta espressione, e tuttavia in un'ottica coordinata di sistema "a rete" che mira a promuovere lo sviluppo coeso e la crescita competitiva di tutto il territorio.

2.1 Il quadro d'insieme dell'intervento camerale

Dal monitoraggio sulle dimensioni del servizio per il 2011 emerge come nell'anno le Camere di commercio abbiano destinato oltre 400 milioni di euro¹ per il finanziamento di attività, progetti ed iniziative specifiche negli ambiti distintivi del proprio intervento per la promozione e la crescita economica locale (Tav. 1); un importo pari a circa l'80% del volume delle risorse complessivamente restituite al territorio sotto forma di servizi, progettualità, finanziamenti e connesse opportunità di sviluppo².

In particolare, lo sforzo del Sistema si orienta verso una razionalizzazione delle linee di lavoro tesa a concentrare l'impegno e le risorse verso quelle attività in grado di sostenere in modo fattivo le peculiarità e tipicità del tessuto imprenditoriale italiano, accompagnandolo nel percorso di ripresa.

Tav. 1: Volume di risorse destinate agli interventi di promozione dell'economia locale nel 2011
(% per macro ambito)



1 Dato 2011 rilevato su 104 Camere di commercio.

2 Si tratta, anche per il 2011, di ca. 500 milioni di euro, come risulta dal volume degli interventi economici complessivamente iscritti nei bilanci delle Camere di commercio per il 2011. A riguardo, si fa presente che - rispetto ai volumi delle annualità precedenti - il sostanziale allineamento tra i dati della documentazione contabile e quanto rilevato dall'Osservatorio camerale deriva dall'estensione della sfera di monitoraggio di quest'ultimo verso dimensioni di intervento precedentemente non monitorate: nuovi ambiti di attività (Regolazione del mercato, Semplificazione ed e-government ecc.) e nuove declinazioni trasversali di intervento (agevolazioni ed incentivi alle imprese per filone di intervento).

A riguardo, infatti, nel 2011 l'asse portante degli interventi per la competitività si conferma in quell'insieme di iniziative intraprese dalle Camere per favorire l'internazionalizzazione delle imprese attraverso azioni promozionali e di accompagnamento delle stesse sui mercati esteri, nonché azioni di assistenza diretta e tutoraggio volte a incentivarne e consolidarne il dimensionamento internazionale. Tale linea di attività, infatti, assorbe da sola poco meno di 1/4 delle risorse complessivamente destinate alla promozione economica (93,1 milioni di euro nel 2011, il 23% del totale censito).

Un volume di risorse pressoché analogo è movimentato da quell'insieme di interventi che le Camere intraprendono verticalizzando sulle singole filiere produttive, con azioni orientate a qualificare l'offerta di beni e servizi made in Italy, valorizzare le eccellenze ed i territori, potenziare i settori del commercio e del terziario, nonché promuovere il "prodotto Italia" quale *asset* determinante per lo sviluppo del settore turistico; si tratta di circa 100 milioni di euro complessivamente investiti nel 2011.

Di particolare rilievo le iniziative adottate per facilitare l'accesso al credito da parte delle PMI, un intervento per il quale le Camere hanno riconvertito molte delle proprie disponibilità finanziarie verso un sostegno straordinario finalizzato a fronteggiare le conseguenze negative della crisi sulla liquidità delle imprese. A riguardo, i dati dell'Osservatorio camerale – che attestano in ca. 64 milioni di euro il volume dell'intervento economico 2011 – sono provvisori rispetto alla reale entità dell'intervento camerale in materia, censito puntualmente da uno specifico monitoraggio realizzato da Unioncamere in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne³.

Circa 50 milioni di euro, una quota pari al 12% dell'investimento complessivo, sono stati destinati al finanziamento di iniziative e di progettualità orientate a promuovere la cultura dell'innovazione, della responsabilità sociale, della sostenibilità ambientale. Ulteriori interventi per la valorizzazione del capitale umano, per il sostegno all'occupazione e la promozione di nuova imprenditorialità hanno assorbito ca. 40 milioni di euro del totale, mentre i progetti e le azioni volti a semplificare la vita delle imprese, agendo nella direzione del contenimento dei costi della burocrazia e della giustizia, poco più di 22 milioni di euro. Tale tipologia di intervento, peraltro, presenta una componente di servizio a carattere solo marginalmente promozionale che, più di altre, si valorizza e "ripaga" nel funzionamento della macchina organizzativa.

Una quota significativa degli interventi economici è restituita alle imprese del territorio in modo "diretto", ovvero tramite il complesso di incentivi ed agevolazioni erogati dalle Camere per dare supporto all'attuazione di programmi di investimento e sviluppo, ai percorsi di innovazione, organizzativa e tecnologica: si tratta, in prevalenza, di contributi a fondo perduto che – nel 2011 – si aggirano intorno ai 46 milioni di euro (Tav. 2).

3 Per le sue caratteristiche di complessità, la consistenza di tale intervento è puntualmente monitorabile solo in una fase successiva alla chiusura della rilevazione dell'Osservatorio camerale; per il dato consolidato sul 2011 si rimanda, pertanto, al monitoraggio Unioncamere-Tagliacarne sul sostegno camerale ai confidi di prossima pubblicazione.

Tav. 2: Interventi delle Camere di commercio per la promozione dell'economia locale: volumi, canali e modalità di erogazione nel 2011

Linee di attività	Interventi economici (mln €)		di cui tramite Aziende speciali**	
	Ammontare totale mln €	di cui agevolazioni e/o incentivi alle imprese (%)	mln €	% sul totale linea
Internazionalizzazione	93,1	12,1%	26,4	28,4%
Credito e finanza	64,0	24,3%	0,5	0,8%
Turismo e cultura; sviluppo locale, commercio e servizi	62,4	3,6%	3,5	5,7%
Qualificazione e promozione delle filiere	38,6	5,8%	6,1	15,7%
Innovazione, tutela proprietà industriale	36,4	19,5%	5,3	14,6%
Formazione, orientamento, lavoro	30,2	3,6%	8,6	28,5%
Programmazione e progettazione comunitaria	24,7	0,0%	1,4	5,6%
E-government, comunicazione	13,8	4,4%	0,9	6,4%
CSR, green economy, energia; ambiente	13,4	30,7%	1,3	10,0%
Statistica, studi, ricerche e documentazione	10,1	0,4%	0,7	6,9%
Servizi per l'imprenditorialità	9,8	18,6%	2,2	22,5%
Regolazione del mercato	8,8	1,4%	1,1	12,8%
Totale	405,5	11,4%	58,1	14,3%

** Si intende rispetto al valore totale degli interventi economici.

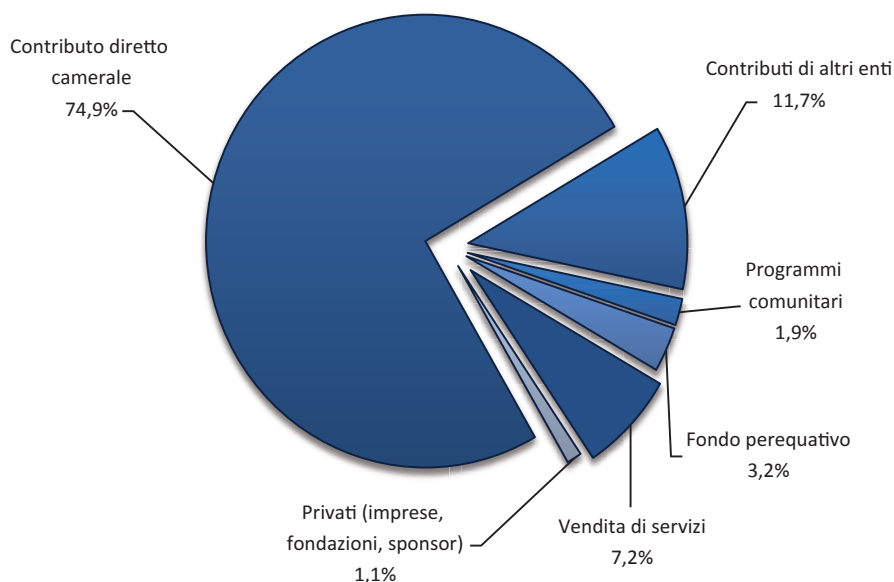
Di questi, poco meno di 16 milioni di euro sono stati erogati per le finalità di sostegno per l'accesso al credito delle PMI, sotto forma di contributi in abbattimento dei tassi di interesse sui finanziamenti bancari, mentre 11,2 milioni di euro sono stati conferiti alle imprese per le finalità di internazionalizzazione ed altri 11 milioni per promuovere l'innovazione tecnologica, la riconversione delle produzioni in ottica *green* e le certificazioni per una maggiore sostenibilità ambientale.

Da alcuni anni il monitoraggio dell'Osservatorio camerale riguardo agli interventi economici delle Camere di commercio tiene conto dell'entità di risorse veicolate da queste ultime al territorio anche per il tramite delle proprie Aziende speciali, segmenti tecnico-operativi dell'ente-Camera in grado di interloquire direttamente con il sistema delle imprese locali su fronti di azione ad elevato contenuto specialistico, in un'ottica di piena applicazione del principio di sussidiarietà.

Il dato per il 2011 attesta in circa 58 milioni di euro (il 14% circa del totale) l'importo di risorse destinate agli interventi economici che le Camere hanno tradotto in specifiche azioni mirate di sviluppo del territorio attraverso la rete delle Aziende speciali, soprattutto sul fronte dell'internazionalizzazione e della formazione, con – rispettivamente – 26,4 e 8,6 milioni di euro di investimenti per progettualità ed assistenza attribuibili all'intervento diretto delle medesime.

Per quanto attiene alla copertura economica degli interventi promozionali monitorati dall'Osservatorio (Tav. 3), il dato 2011 fa registrare un balzo consistente delle risorse proprie delle Camere che, come si è detto, derivano in larga misura dai diritti versati dal sistema imprenditoriale quale fonte pressoché esclusiva di finanziamento: circa 9 punti percentuali in più (+8,6%) rispetto al medesimo dato 2010.

Tav. 3: Fonti di copertura degli interventi di promozione dell'economia locale realizzati dalle Camere di commercio nel 2011



La sostanziale contrazione delle fonti di introito collegate alla sfera privatistica, tra cui quelle derivanti da accordi di collaborazione/sponsorizzazione e le attività di carattere commerciale, che nelle annualità precedenti avevano dimostrato di poter garantire una copertura significativa di alcuni costi delle attività istituzionali realizzate in favore del territorio, nel 2011 registrano una riduzione (rispettivamente -4,6% e -5,4% sul 2010) connessa presumibilmente agli effetti della crisi dei mercati sulle attività private.

A fronte di questa riduzione di opportunità, e nell'ottica di non ridurre parimenti il volume di risorse veicolate al territorio tramite interventi e progetti, le Camere stanno reagendo non solo attraverso azioni di riorganizzazione interna volte a contenere i propri costi di struttura e a liberare risorse dei propri bilanci da restituire al territorio, ma anche potenziando la propria capacità di reperire risorse dalla sfera pubblicitaria attraverso collaborazioni e progettualità congiunte, e cofinanziate, con altre amministrazioni.

L'evoluzione dei bilanci delle Camere di commercio, da "contenitori" di numeri a strumenti di informazione per la governance dell'ente

Il d.P.R. 254/2005, che ha introdotto nelle Camere di commercio, a partire dall'anno 2007, una nuova metodologia di rilevazione dei fatti di gestione basata su un sistema di contabilità unico economico-patrimoniale, ha dotato il Sistema camerale di una serie di strumenti di misurazione e rappresentazione dell'azione amministrativa che hanno come presupposto l'avvicinamento delle Camere di commercio alle imprese, al loro modo di costruire e di leggere il bilancio, al loro modo di pianificare e gestire le risorse disponibili. La scelta compiuta con il nuovo regolamento patrimoniale e finanziario guarda gli enti camerali come "aziende di servizi", che sanno affiancare al controllo giuridico formale di natura autorizzativa tipico della contabilità pubblicistica, un sistema di contabilità direzionale che consente di misurare i costi delle attività svolte, di conoscere la destinazione dei fattori produttivi ai singoli programmi, progetti e prodotti o a combinazioni economiche parziali (processi).

A completare il quadro di uniformità agli schemi aziendali di bilancio e ai criteri di iscrizione e rappresentazione delle poste economiche e patrimoniali di derivazione civilistica, i nuovi principi contabili introdotti dal Ministero dello Sviluppo Economico con la circolare 3622/c del 5 febbraio 2009; principi entrati a regime con l'approvazione del bilancio d'esercizio 2009.

Da una specifica analisi sui bilanci 2008-2010 delle Camere di commercio emerge una crescita del 25% delle risorse utilizzate per finanziare iniziative di promozione economica; un dato che testimonia il significativo sforzo compiuto per sostenere il sistema imprenditoriale nel periodo di maggiore difficoltà economica, pur in presenza di una crisi della finanza pubblica che ha visto direttamente coinvolte le stesse Camere di commercio determinando una progressiva riduzione delle risorse complessivamente disponibili per attuare i programmi di sviluppo economico locale.

L'esigenza futura di coniugare efficienza di bilancio con efficacia delle politiche pubbliche, ha stimolato il Sistema camerale a proporre nuovi e più sofisticati strumenti di pianificazione e gestione dei flussi finanziari. In tale direzione, nel biennio 2010-2011, su iniziativa di Unioncamere si è sviluppato un modello di "what if analysis" che consente agli organi camerali di valutare, nel medio periodo, l'impatto che una scelta di finanziamento degli investimenti da sviluppare sul territorio determina sui principali risultati di bilancio attuali e futuri.

Nel corso del 2011, e nell'ambito di una apposita iniziativa di Unioncamere, è stato altresì realizzato un progetto volto alla costruzione del primo "bilancio consolidato del Sistema camerale"; attività che, anticipando la prevista entrata in vigore dell'obbligo di redazione del documento per tutte le pubbliche amministrazioni a partire dall'esercizio 2013, ha visto consolidare 340 bilanci di Camere di commercio, Aziende speciali e società controllate riferiti all'anno 2010.

2.2 Semplificazione amministrativa; e-government

Nel 2011 si è registrato un ulteriore consolidamento del lavoro sinora svolto dalle Camere – in autonomia o quali enti capofila di un insieme di iniziative realizzate in sinergia con altri enti ed attori istituzionali – per facilitare la vita delle imprese nel loro rapporto con la PA, rendendo efficiente, e nel tempo anche semplice, l'assolvimento dell'obbligo amministrativo.

L'importanza dell'impegno in questo ambito muove dal chiaro, e intuibile, intento di operare per ridurre i costi reali sostenuti dagli imprenditori, radicando sul territorio in ottica di e-government i percorsi di semplificazione amministrativa.

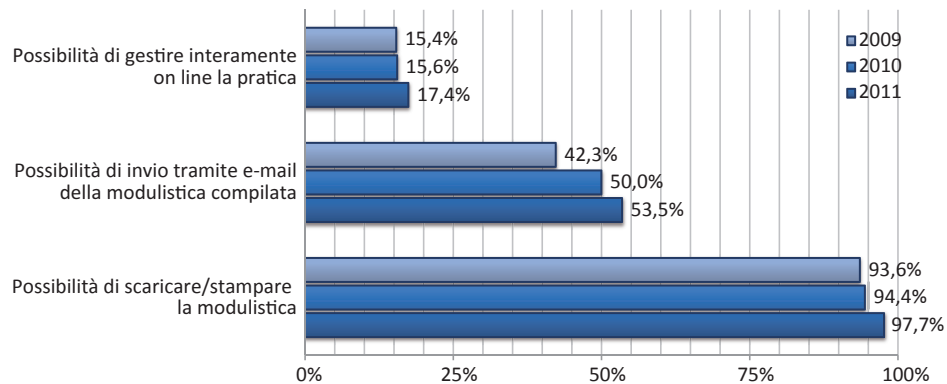
Tav. 4: I numeri di "Semplificazione ed e-government"

91	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, attività in tema di Semplificazione ed e-government di cui 11 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 3 con il supporto di altre strutture camerali
225	progetti di e-government localmente avviati o realizzati (87 Camere attive)
86	Camere di commercio gestiscono pratiche on line (escluso il Registro delle imprese)
38	Camere di commercio erogano servizi on line
25.788	numero totale di partecipanti ai seminari sulle procedure telematiche o nuovi servizi amministrativi (93 Camere attive)
13,8	milioni di € di interventi economici, di cui 0,6 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo alle attività

I numeri aggiornati dell'Osservatorio camerale (Tav. 4) confermano il presidio delle Camere rispetto alla progressiva integrazione dell'offerta di adempimenti e servizi di *e-gov*, con quasi 14 milioni di euro di interventi economici nel 2011, coperti quasi integralmente con risorse proprie della Camera. Quasi ogni realtà camerale (ca. il 98% degli enti) rende disponibile all'utenza la modulistica digitalizzata relativa agli adempimenti, dandone possibilità di trasmissione formale – una volta compilata – tramite posta elettronica (nel 53% dei casi) ovvero, sebbene ancora in misura contenuta, erogando interamente on line il servizio (nel 17,4% delle realtà). Tali sviluppi sono concepiti anche al fine di allargare la platea degli utenti in grado di beneficiare dei progressi legati alle tecnologie informatiche, andando oltre gli abituali interlocutori del Registro delle imprese (Tav. 5).

Buona parte delle azioni realizzate nel 2011 si è orientata a favorire la piena attuazione della riforma dello Sportello unico per le attività produttive (SUAP), una nuova competenza per le Camere di commercio rispetto alla quale il Sistema ha messo in campo expertise, progettualità e realizzazioni – a livello sia centrale sia locale – tramite cui completare la rete dei partner istituzionali coinvolti nel percorso attuativo e rendere pienamente operative le funzionalità di uno strumento che potrà realmente rappresentare un aiuto alle imprese verso la semplificazione dei propri rapporti con la PA.

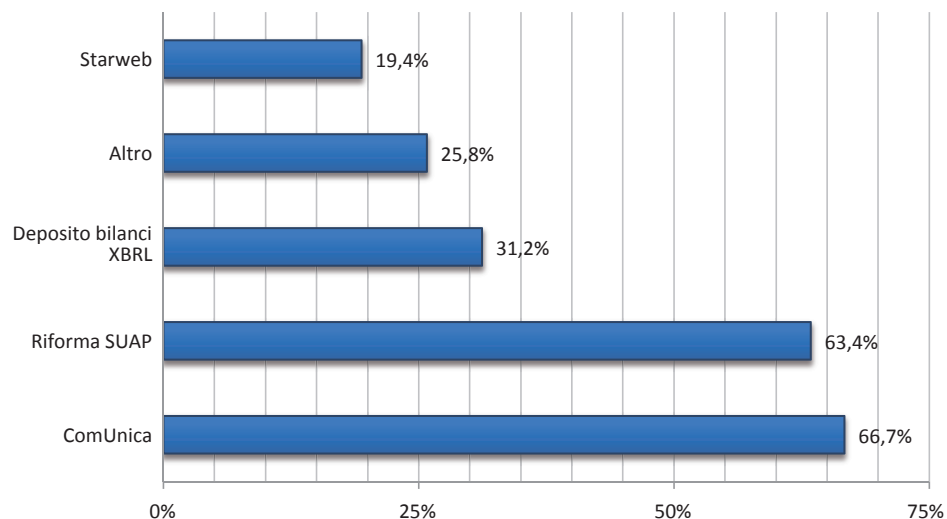
Tav. 5: Interattività delle pratiche gestite on line: trend 2010-2011*
(% Camere per livello di interattività attivato)



* Escluso Registro imprese.

Nel 2011 oltre il 60% delle Camere di commercio ha organizzato e realizzato seminari, incontri e attività di formazione in merito alla riforma del SUAP ed in riferimento alle diverse procedure telematiche nonché ai servizi amministrativi che costituiscono l'offerta camerale (Tav. 6). I progetti, le realizzazioni e infine la diffusione in larga scala di inizia-

Tav. 6: Seminari realizzati dalle Camere di commercio nel 2011 sulle procedure telematiche o sui nuovi servizi amministrativi
(% Camere per tematica)

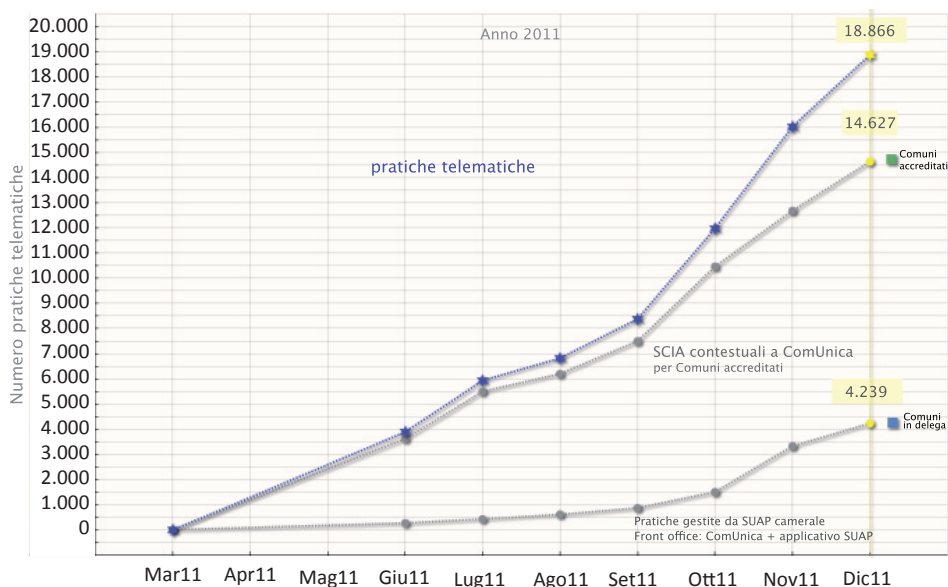


tive seminari con tutti i portatori di interesse hanno prodotto risultati incoraggianti, evidenziati dai primi dati sull'utilizzo del portale impresainungiorno.gov.it, lo strumento realizzato dal Sistema camerale per supportare la riforma del SUAP che nel 2011 ha avuto il suo battesimo operativo: dalla messa in linea, nel marzo, il sito ha registrato oltre 400.000 visite di utenti, più di 2 milioni di visualizzazioni di pagine, con una media di oltre 5 pagine ad ogni accesso.

A conferma di tale investimento, in termini di facilitazioni amministrative e di sensibilizzazione al loro utilizzo, rilevano i dati relativi al ricorso all'adempimento on line a cui le imprese hanno avuto accesso nel 2011, tramite il servizio della ComUnica o tramite lo sportello SUAP telematico – anch'esso realizzato dal Sistema camerale – attivo per i Comuni che si sono rivolti alle Camere per gestire in delega il rapporto di front office con le imprese (Tav. 7).

In particolare, quasi 20.000 "segnalazioni certificate d'inizio attività" (SCIA) sono transitate dal Sistema verso i Comuni grazie all'operatività raggiunta presso quelli che hanno delegato le funzioni alle Camere di commercio; circa 4.240 di queste pratiche sono state gestite per intero all'interno del sistema sviluppato per lo sportello SUAP camerale.

Tav. 7: N. pratiche telematiche presentate al SUAP



Fonte: elaborazioni InfoCamere su dati portale impresainungiorno.gov.it.

Al fine di rendere più semplice l'utilizzo dello strumento, per ognuna delle Regioni nelle quali è presente almeno un SUAP in delega alle Camere di commercio è stato elaborato e messo a disposizione delle imprese un set ragionato ed omogeneo di segnalazioni e di procedimenti che, su istanza delle stesse imprese – le quali ne hanno apprezzata l'utilità –, si sta valutando di tradurre in uno "standard riconosciuto" in grado di superare la disomogeneità che storicamente affligge il *modus operandi* degli enti locali sul territorio.

In merito alle attività relative alla progressiva messa a regime della ComUnica, procedura operativa ed obbligatoria per tutte le imprese dall'aprile 2010, nel 2011 le Camere di commercio hanno proseguito nella collaborazione con l'Agenzia delle entrate, l'INPS e l'INAIL volta a consolidare la procedura di iscrizione per via telematica di tutte le imprese individuali e societarie. Sempre nel 2011 si è dato avvio ad una collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico destinata all'aggiornamento dei moduli di iscrizione degli atti al Registro delle imprese; collaborazione che si è conclusa con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale del 10 dicembre 2011 del decreto ministeriale che approva le nuove specifiche tecniche occorrenti per la creazione dei programmi informatici finalizzati alla compilazione delle domande di iscrizione e di deposito degli atti al Registro delle imprese⁴.

Stante la progressiva attuazione del decreto legge 185/2008 che, nel prevedere come tutte le imprese costituite in forma societaria fossero tenute a indicare il proprio indirizzo di posta elettronica certificata (PEC) nella domanda di iscrizione al Registro imprese, disponeva come, entro tre anni dall'entrata in vigore del decreto, tutte le imprese antecedentemente costituite in forma societaria comunicassero al Registro il proprio indirizzo di PEC, nel corso del 2011 gli uffici del Registro delle imprese hanno ricevuto 1.550.000 caselle di posta elettronica certificata.

Il carico di lavoro sopportato dalle Camere, in prossimità della scadenza, ha raggiunto negli ultimi giorni il traguardo di oltre 100.000 pratiche d'iscrizione al giorno. In questo scenario, l'attività Unioncamere e di InfoCamere è stata rivolta anche ad assicurare che l'informazione che veniva dichiarata dalle società all'ufficio del Registro delle imprese fosse corretta, in virtù degli accordi conclusi con i soggetti gestori delle caselle di PEC che si sono impegnati a rispondere, in tempo reale, alla richiesta che tramite i sistemi informativi veniva loro inoltrata circa la validità dell'indirizzo elettronico presentato dal soggetto obbligato all'ufficio.

Sempre in materia di gestione dell'archivio delle caselle di PEC delle società, Unioncamere ha collaborato con DigitPA al fine della stesura delle Linee guida per la consultazione e l'estrazione degli elenchi di indirizzi di PEC da parte delle pubbliche amministrazioni, in attuazione di quanto stabilito dall'articolo 6 del Codice dell'amministrazione digitale (CAD).

⁴ L'aggiornamento si è reso necessario per consentire, sempre per il tramite della Comunicazione Unica, la pubblicità degli atti di trasferimento della sede sociale all'estero e delle informazioni relative alla data di fissazione dell'udienza per l'esame del passivo fallimentare in attuazione, rispettivamente, della legge 22 maggio 2010, n. 73 e della legge 30 luglio 2010, n. 122.

Nel corso dell'anno si sono inoltre svolti gli incontri destinati alla stesura delle nuove convenzioni per lo scambio dei dati con l'INPS, con l'INAIL e con l'ISTAT per adeguarle alla modifica dello stesso CAD⁵, con l'obiettivo di migliorare il contenuto informativo, dei registri tenuti dalle Camere di commercio, favorendo anche l'acquisizione per via telematica di alcune informazioni presenti negli archivi delle altre amministrazioni.

L'azione di miglioramento della qualità delle informazioni contenute nel Registro delle imprese è proseguita nel corso dell'anno, attraverso la cancellazione delle società cooperative che non avevano presentato il bilancio d'esercizio negli anni decorrenti dal 2006 fino al 2010 (l'operazione è stata svolta in collaborazione con i competenti uffici del Ministero dello Sviluppo Economico ed ha interessato circa 10.000 società su tutto il territorio nazionale). Nello stesso periodo di tempo sono stati depositati al Registro delle imprese oltre 1.180.000 bilanci d'esercizio, dei quali circa 900.000, in formato XBRL, di cui è stata fornita copia all'Agenzia delle entrate con conseguente riduzione degli oneri amministrativi a carico delle società che dal 2011 non hanno più dovuto compilare i relativi riquadri dei modelli fiscali in quanto le informazioni sono state acquisite dall'Anagrafe tributaria direttamente dagli archivi camerali, sempre in modalità telematica.

Sempre nell'ambito della riduzione degli oneri a carico delle imprese e della collaborazione tra le pubbliche amministrazioni, l'Agenzia delle entrate ha eliminato dai propri modelli (Unico Società) l'elenco dei soci in quanto la medesima informazione viene ora desunta direttamente dal Registro delle imprese.

Documenti amministrativi a supporto del commercio internazionale

Le attività per il sostegno all'internazionalizzazione rappresentano uno dei filoni prioritari dell'intervento delle Camere di commercio per lo sviluppo del sistema imprenditoriale locale. In molte realtà territoriali tale forma di intervento si declina in due grandi filoni complementari, di natura sia amministrativa sia promozionale, nell'ottica di fornire un servizio integrato e completo all'utenza imprenditoriale.

In particolare, l'attività degli sportelli certificativi per l'estero è rilevante non solo per la quantità delle certificazioni prodotte su richiesta delle imprese attive all'estero, ma anche per la funzione di garanzia svolta dalle Camere in favore di queste ultime nei confronti di vari interlocutori esteri (dogane, banche, partner commerciali). L'azione camerale che supporta gli adempimenti connessi con le operazioni doganali e con le transazioni internazionali in genere, rappresenta infatti una vera e propria forma di accreditamento presso le autorità degli Stati esteri destinatari delle nostre esportazioni, che riconoscono nelle Camere il soggetto idoneo a garantire l'affidabilità delle imprese. Si tratta, dunque, di un concreto sostegno per lo svolgimento di operazioni di commercio internazionale.

5 Modifica contenuta nel d.lgs. 30 dicembre 2010, n. 235, entrata in vigore nel mese di gennaio 2011.

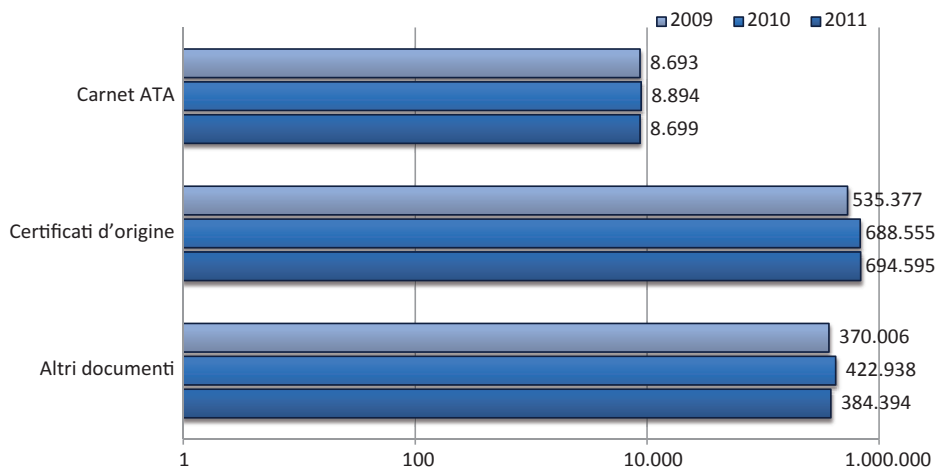
Tra le attività svolte in questo ambito si ricordano principalmente quelle relative al rilascio dei Carnet ATA, esercitate per conto di Unioncamere nazionale, e quelle relative al rilascio dei certificati di origine, competenza detenuta dalle Camere sin dal 1955 e consacrata dalla riforma del 2010.

Nel merito, il Carnet ATA è al tempo stesso uno strumento promozionale e di garanzia che consente agli operatori di esportare ed importare temporaneamente le proprie merci a fini promozionali, educativi, scientifici o tecnico-professionali, in esenzione dal pagamento dei dazi doganali. La garanzia dovuta dalle amministrazioni doganali dei vari Stati che le merci introdotte temporaneamente siano successivamente riesportate si fonda su un sistema di controlli, verifiche e monitoraggi che coinvolge la responsabilità contrattuale e finanziaria di Unioncamere, in qualità di ente garante, ed implica inoltre un forte impegno delle Camere che gestiscono il rapporto con gli operatori a livello locale.

I prodotti principali per i quali è diffuso l'uso di questo strumento sono molteplici: gioielleria, abbigliamento, accessori, pelletteria, audiovisivi, elettromedicali, veicoli impiegati in competizioni sportive; tutti settori che rappresentano l'eccellenza del made in Italy.

L'Italia, che ha aderito alla relativa Convenzione internazionale dal 1964, si colloca stabilmente al quinto posto per numero di documenti rilasciati ai propri operatori tra tutti i 71 paesi aderenti al sistema internazionale; in particolare l'utilizzo è diffuso nelle relazioni con il Giappone, gli Stati Uniti, la Svizzera, ma anche con la Federazione Russa, la Cina, l'India e recentemente con gli Emirati Arabi (tra gli ultimi Stati che hanno aderito al sistema). Nell'ultimo triennio il trend di documenti rilasciati su base nazionale

Tav. 8: Consistenze documenti estero emessi dalle Camere di commercio nel triennio 2009-2011
(n. per tipologia)



è stato piuttosto stabile, ed è interessante notare come nel 2011 pure a fronte di una difficile congiuntura economica, le consistenze nella emissione di Carnet ATA registrino una flessione di appena 2 punti percentuali rispetto al valore massimo dell'annualità precedente (Tav. 8).

I certificati di origine, invece, sono necessari per l'importazione delle merci in alcuni Stati (in particolare Paesi Arabi, dell'America Latina, del Sud Est asiatico e dell'Est Europa) che nell'esercizio della propria politica commerciale favoriscono l'ingresso di merci provenienti da alcuni paesi piuttosto che altri. In alcuni casi costituiscono requisito essenziale per l'accesso al credito all'esportazione e per la partecipazione a gare d'appalto internazionali.

Le norme generali che regolano l'attribuzione dell'origine "non preferenziale" e le modalità di emissione dei relativi certificati derivano dal Codice doganale comunitario (regolamento CE 450/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio) e in attesa delle disposizioni di applicazione del codice doganale aggiornato, resta in vigore quanto disposto dal vecchio codice (regolamento CEE 2913/92) e dalle relative disposizioni di applicazione (regolamento CEE 2454/93 e s.m.i.). Rispetto all'attività di controllo che le Camere di commercio sono chiamate ad esercitare, ai fini della certificazione d'origine, derivano specifici obblighi per garantire senza ambiguità il paese d'origine di un determinato prodotto, soprattutto in un'epoca in cui la delocalizzazione della produzione ed il commercio internazionale determinano una rilevante movimentazione delle merci.

L'attività svolta dalle Camere per certificare l'origine delle merci all'esportazione, sia in prima istanza, sia in fase di controlli successivi, è piuttosto rilevante e costituisce il fondamento di quel ruolo di garanzia che gli enti camerali sono chiamati ad esercitare. La consistenza di certificati emessi a livello nazionale nel 2011, pari a circa 694,6mila titoli, conferma il trend in leggero aumento del biennio precedente malgrado la congiuntura economica ancora difficile (+6,1mila titoli sul dato annuo 2010 e ben +159,3mila titoli sul 2009), segnale ancora positivo di una ripresa dell'export dopo il forte calo registrato nel 2009.

Alle attività relative ai Carnet ATA e ai certificati d'origine si aggiunge poi un indotto di altri documenti collaterali sottoposti a vidimazione da parte delle Camere di commercio prima della presentazione alle autorità consolari dei Paesi di destinazione delle merci, che in termini di numeri danno conto dell'intensa attività degli Uffici camerali per l'estero: nel 2011 sono stati 384,3mila i visti e le attestazioni su atti a valere all'estero.

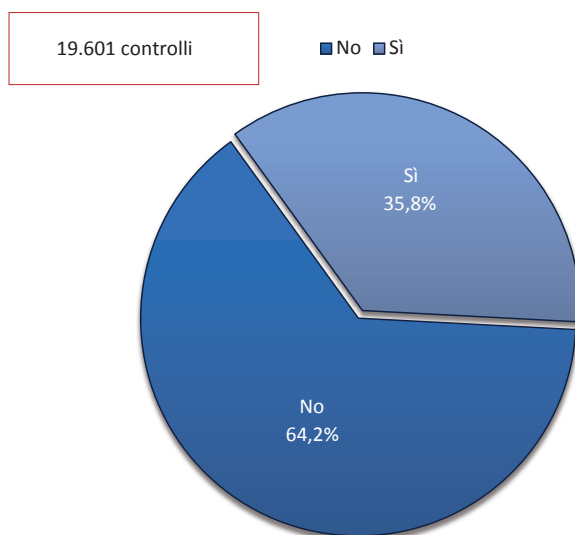
Nell'agosto 2009, il Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con Unioncamere, ha aggiornato le disposizioni nazionali per il rilascio dei certificati di origine non preferenziale, sulla base delle mutate esigenze del commercio internazionale, della normativa comunitaria in vigore, delle linee guida dell'Associazione delle Camere di commercio europee (Eurochambres) e della Convenzione internazionale di Kyoto sulla semplificazione e armonizzazione delle procedure doganali.

Tali disposizioni hanno introdotto – in particolare per le merci di origine nazionale e comunitaria – la possibilità di rendere da parte dell'esportatore richiedente una dichia-

razione sostitutiva d'atto notorio (DSAN). Di conseguenza, le Camere di commercio sono in grado di accettare al momento dell'istanza la dichiarazione sostitutiva, con la quale il dichiarante assume piena responsabilità di quanto asserto sull'origine delle merci oggetto dell'esportazione. La dichiarazione resa può poi essere assoggettata a successivo controllo a campione, in base al quale l'interessato dovrà comprovare con idonea documentazione di supporto l'origine dichiarata.

Il passaggio dalla verifica puntuale di tutta la documentazione all'attivazione della procedura di controlli a campione è iniziata nel 2010 e si sta gradualmente diffondendo. Oltre 1/3 delle Camere ha avviato questo nuovo processo (Tav. 9), adottando propri regolamenti interni, e - a regime - tutto ciò dovrebbe agevolare una progressiva riduzione di verifiche documentali su ogni posizione.

Tav. 9: Avvio controlli a campione sulle DSAN accettate per il rilascio dei certificati di origine nel 2011
(% Camere)



Su questo fronte, nel corso del 2011 le Camere di commercio hanno promosso una serie di incontri con le imprese per condividere le problematiche inerenti alla certificazione d'origine e renderle partecipi e coscienti delle responsabilità derivanti dalla dichiarazione sostitutiva e del processo di cambiamento in atto, oltre che per informarle sulle procedure necessarie per esportare i propri prodotti ed indirizzarle verso soluzioni che facilitino l'accesso ai diversi mercati.

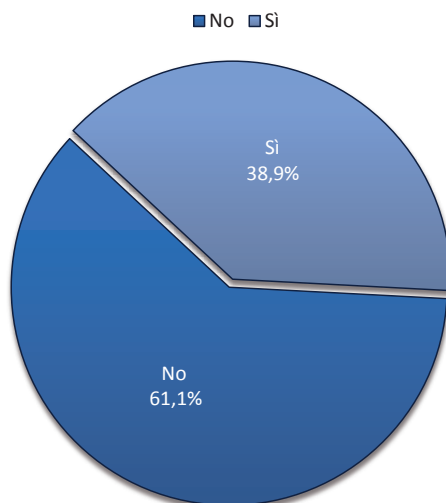
Attualmente il grado di applicazione delle tecnologie informatiche nei vari Stati di destinazione è fortemente diversificato e non consente di ipotizzare una dematerializ-

zazione integrale dei certificati d'origine, sostituendoli con un certificato interamente digitale.

Tuttavia, a seguito di una campagna di sensibilizzazione sull'utilizzo delle modalità telematiche per la richiesta on line da parte delle imprese, e nell'ottica di attuare misure di semplificazione ed armonizzazione delle procedure, ad oggi circa il 40% delle Camere ha introdotto la domanda on line, attraverso l'impiego della firma digitale (Tav. 10). L'intero iter, sino all'emissione formale del documento cartaceo, è gestito attraverso una piattaforma web.

In prospettiva ci si attende che il grado di telematizzazione in questo settore raggiunga maggiore diffusione e favorisca una migliore integrazione di servizi che le Camere potranno svolgere anche in forma congiunta.

Tav. 10: % Camere che hanno attivato servizi di richiesta on line per i documenti per l'estero nel 2011



In un quadro sempre più fortemente caratterizzato da elevati livelli di integrazione e globalizzazione dei mercati, la gamma delle prestazioni desiderate dalle imprese va aumentando e diversificandosi. La fitta interazione e la relazione diretta con le imprese degli Uffici estero (sono circa 40.000 le imprese che, ogni anno, si rivolgono alle Camere per questa tipologia di servizio) sono da tempo oggetto di attento monitoraggio, in quanto sfere privilegiate che consentono di cogliere le esigenze informative ed assistenziali espresse dalle imprese ed orientare i servizi resi dal Sistema camerale in modo da renderli il più possibile vicini al fabbisogno.

In questo senso, peraltro, nel 2011 circa il 13% delle Camere ha realizzato specifiche indagini di customer satisfaction sui servizi per l'estero con un feedback dell'utenza

intervistata che evidenzia, in generale, un gradimento medio/alto dei servizi camerali. Sebbene risulti necessario intensificare l'attività di rilevazione dei fabbisogni e del livello di soddisfazione delle imprese, questi risultati testimoniano un atteggiamento di fiducia ed apprezzamento dell'utenza rispetto al lavoro delle Camere e costituiscono la leva principale per migliorare le competenze del Sistema nel supporto alle imprese che vogliono affermare la propria competitività oltre frontiera, nonché a quelle che hanno le potenzialità per affrontare la sfida dei mercati esteri.

Progetti locali in tema di "Semplificazione ed e-government"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Arezzo	Sportello Impresa	Associazioni di categoria
Bologna	Dematerializzazione provvedimenti camerali	
Brescia	Registro delle imprese storiche italiane	
Campobasso	Progetto Migliorare semplificando	
Cosenza	Approvazione schema convenzione di operatore di registrazione per attività di rilascio agli utenti di certificati digitali di autenticazione e sottoscrizioni su dispositivo CNS	Associazioni di categoria, altro
Cremona	Sostegno integrato all'internazionalizzazione delle PMI: coordinamento di strumenti e iniziative camerali e ampliamento dei servizi reali di supporto in tema di IPR e certificazione per l'estero	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico
Cuneo	Potenziamento Tavolo istituzionale con INPS, INAIL, Agenzia entrate e Artigiani per ComUnica	
Firenze	Progetto Cambiamento (durata triennale)	Università
Grosseto	Progetto di workflow EGO	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Milano	Diritto annuale – Servizi on line	
Monza e Brianza	Avvio rilascio telematico certificati di origine	Associazioni di categoria, Ordini professionali, imprese
Parma	Pratica telematica artigiana con ComunicaStarweb	Unioncamere regionale
Pavia	Introduzione bando telematico	Altro
Rimini	Integrazione dell'Albo artigiani con il Registro imprese	Regione
Teramo	Digitalizzazione del processo delle delibere di Giunta, Consiglio e determinazioni d'urgenza presidenziali	Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro

2.3 Il sostegno all'internazionalizzazione

Oltre che sul versante amministrativo, il Sistema camerale italiano interviene per incentivare la presenza dell'imprenditorialità italiana sui mercati esteri attraverso un insieme di iniziative integrate volte a favorire la proiezione internazionale delle economie locali attraverso l'offerta di servizi di informazione, accompagnamento e marketing rivolti a chi opera all'estero e con l'estero. Un'azione complessa, posta in essere per favorire l'affermarsi di una solida cultura dell'internazionalizzazione, contando in tal senso sia sulle competenze e le specializzazioni funzionali della rete degli attori camerali sul territorio italiano (singole Camere, Aziende speciali, Centri estero e Camere miste), sia sul presidio e il know-how della rete delle Camere di commercio italiane all'estero.

Come si è visto, pur nel risentire dell'indebolimento del ciclo economico internazionale, ancora oggi la componente principale di sostegno al PIL italiano è il dato delle vendite all'estero, con performance per l'Italia che nel 2011 si sono attestate a livelli positivi ed in linea con quella media dell'area euro, lasciando intravedere la via da percorrere per il rilancio del sistema economico nazionale. In questo scenario, tuttavia, l'annualità trascorsa si è rivelata complessa per le politiche di internazionalizzazione del nostro Paese; si pensi a tal proposito alle due iniziative di decretazione d'urgenza che hanno avuto un notevole impatto sul settore e sul ruolo e le attività delle Camere di commercio.

Si tratta, da un lato, della manovra contenuta nel d.l. 98/2011, con il quale è stata soppressa l'ICE ed istituita una Cabina di regia nazionale per la definizione delle politiche di internazionalizzazione e, dall'altro, il successivo d.l. 201/2011 (cd Salva Italia) con il quale il Governo ha provveduto alla creazione di una nuova Agenzia nazionale per l'internazionalizzazione e all'allargamento dei componenti della Cabina di regia.

I risultati di queste manovre assumono un carattere stabile e duraturo per le politiche di internazionalizzazione dei prossimi anni.

L'istituzione di una Cabina di regia nazionale manifesta infatti la volontà di impostare politiche unitarie e sinergiche tra i diversi soggetti preposti, a vario titolo, alle strategie di internazionalizzazione: MAE, MiSE, Regioni, Unioncamere, Confindustria e Rete Impresa Italia. La nuova Agenzia per l'internazionalizzazione sarà poi chiamata ad operare nel quadro degli indirizzi elaborati in sede di Cabina di regia e secondo una logica di integrazione con la rete diplomatico-consolare.

In questo scenario, l'ingresso nella Cabina di regia del Sistema camerale, rappresentato da Unioncamere, ha costituito un riconoscimento del lavoro e dell'impegno portati avanti nel tempo dalle Camere di commercio e, al contempo, un importante punto di partenza per potenziare le specializzazioni funzionali del Sistema, in termini di assistenza alle imprese e al territorio.

Tav. 11: I numeri di "Internazionalizzazione"

103	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, iniziative a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane di cui 58 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche attraverso delega funzionale) e 17 con l'ausilio di altre strutture camerali (Centri estero, Unioni regionali, società partecipate, CCIE)
84	Camere dispongono di Sportelli al pubblico dedicati
72	antenne e desk all'estero gestite direttamente dal Sistema camerale: di cui 24 in Asia; 24 in Europa; 9 in Sud America; 8 in Africa; 4 in Nord America; 3 in Oceania
9	Centri estero regionali Eurochambres, l'Associazione delle Camere di commercio europee Staff Services in Brussels, la struttura del Sistema camerale italiano a Bruxelles per il coordinamento con le istituzioni comunitarie ASCAME, l'associazione delle Camere di commercio del Mediterraneo Insuleur, la rete delle Camere di commercio delle isole d'Europa Camera di commercio internazionale IRU, l'organismo internazionale per il trasporto su strada
614	azioni di supporto alla partecipazione delle aziende italiane a fiere e mostre all'estero
326	iniziative per l'accoglienza di delegazioni estere in Italia
353	missioni commerciali organizzate con operatori all'estero
297	iniziative di collaborazione con Camere di commercio di altri paesi (73 Camere attive) di cui 121 in Unione Europea; 41 in Medio Oriente/Nord Africa; 40 in Europa extra Unione Europea; 36 in Asia; 30 in Nord America; 18 in Centro-Sud America; 6 in Africa subsahariana; 5 in Oceania
11.357	le aziende che hanno partecipato ad attività promozionali realizzate dalle Camere
21.416	partecipanti alle 661 attività formative per le imprese del territorio e gli operatori esteri inerenti all'internazionalizzazione
19.812	interventi di assistenza specialistica in tema di internazionalizzazione erogati dalle Camere in favore di 21.594 utenti
93,1	milioni di € di interventi economici per l'internazionalizzazione del tessuto economico, di cui 11,2 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo alle attività

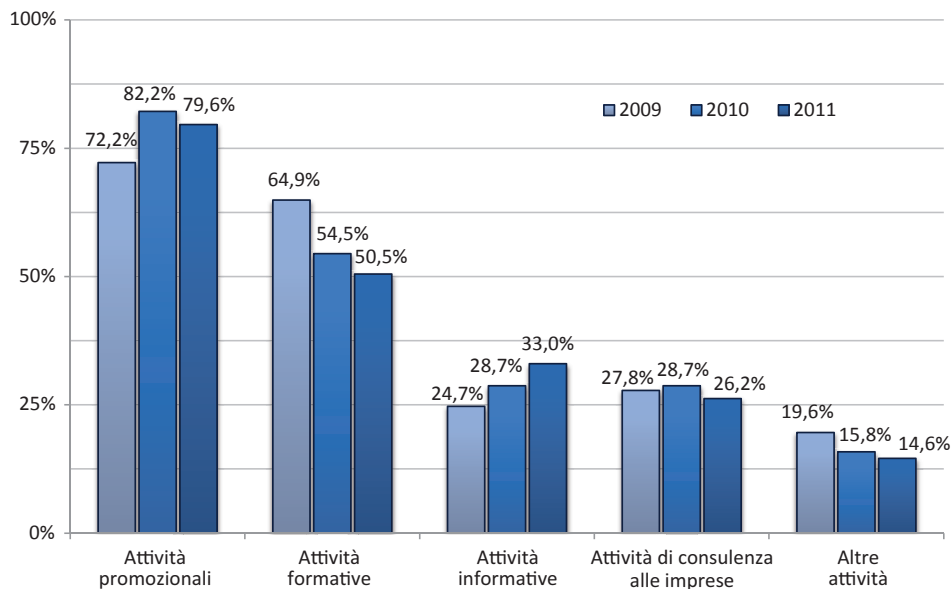
In un simile contesto, i numeri dell'Osservatorio per il 2011 (Tav. 11) confermano il ruolo delle Camere quali "sponda operativa" delle imprese per la definizione ed attuazione delle proprie strategie di accesso all'estero. Complice il venire meno dell'impegno ICE nel settore, nel 2011 si registra un sensibile incremento nel numero di partecipazioni a fiere e mostre all'estero (+70 rispetto al 2010); iniziative organizzate o promosse al fine di eleggere i mercati di destinazione delle produzioni nazionali, dando concreto supporto alle imprese nella ricerca di opportunità commerciali in loco. Parimenti in

crescita il numero delle aziende italiane coinvolte nelle attività promozionali: 11.357 imprese, quasi mille in più rispetto al 2010.

Al contempo, i numeri dimostrano come nel Sistema si stia rafforzando la consapevolezza di dover operare nell'ottica di una razionalizzazione delle iniziative e di un migliore utilizzo delle risorse disponibili. Così, se da un lato diminuisce il numero delle antenne e dei desk all'estero gestiti direttamente dal Sistema camerale (72 rispetto ai 113 del 2010), dall'altro cresce il fenomeno della delega funzionale di attività da parte delle Camere alle proprie Aziende speciali.

Riguardo ai diversi segmenti caratteristici dell'azione di sostegno all'internazionalizzazione, i dati per il 2011 (Tav. 12) oltre a confermare l'impegno diffuso delle Camere sui fronti promozionale e formativo, evidenziano altresì una crescente attenzione ad accompagnare le imprese all'estero anche tramite forme "immateriali" di supporto, ovvero attività di sostegno informativo (circa 1/3 degli enti attivi, in tal senso) e di consulenza mirata.

Tav. 12: Camere di commercio che hanno svolto attività inerenti all'internazionalizzazione nel triennio 2009-2011
(% Camere per tipologia di attività)

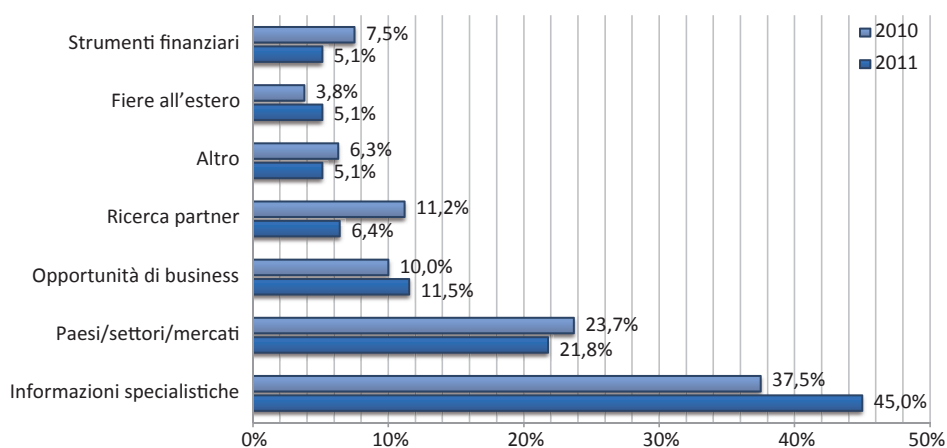


Le attività di carattere promozionale, gestite in larga parte attraverso il presidio e l'azione delle Aziende speciali, avvalorano il ruolo di volano delle Camere rispetto alle imprese ed al territorio: nel 2011, infatti, il Sistema ha organizzato numerose missioni commerciali con operatori all'estero (353, circa +17% rispetto al 2010), cui si affianca-

no interventi puntuali di ricevimento delle delegazioni estere in Italia (326 iniziative) e di partecipazione, coinvolgendo e attivando il sistema imprenditoriale locale, a fiere e mostre organizzate all'estero (614 interventi). In circa l'80% dei casi, tali iniziative risultano finalizzate a favorire la realizzazione di accordi di distribuzione e collaborazione commerciali tra i sistemi imprenditoriali transnazionali.

Le Camere di commercio italiane all'estero si confermano essere il partner privilegiato delle politiche di internazionalizzazione, essendo coinvolte in circa 1/3 delle iniziative intraprese, con una crescita sensibile nelle occasioni di coinvolgimento rispetto alla annualità precedente (il 36,4%, +5 punti percentuali rispetto al corrispondente dato 2010). Stabile il coinvolgimento attivo dei desk camerale, pur nella diminuzione di numero, partner delle Camere italiane nel 17,2% dei casi della programmazione per l'affermazione all'estero delle nostre imprese.

**Tav. 13: Sportelli al pubblico dedicati all'internazionalizzazione:
ambiti principali di informazione nel biennio 2010-2011**
(% per ambito)

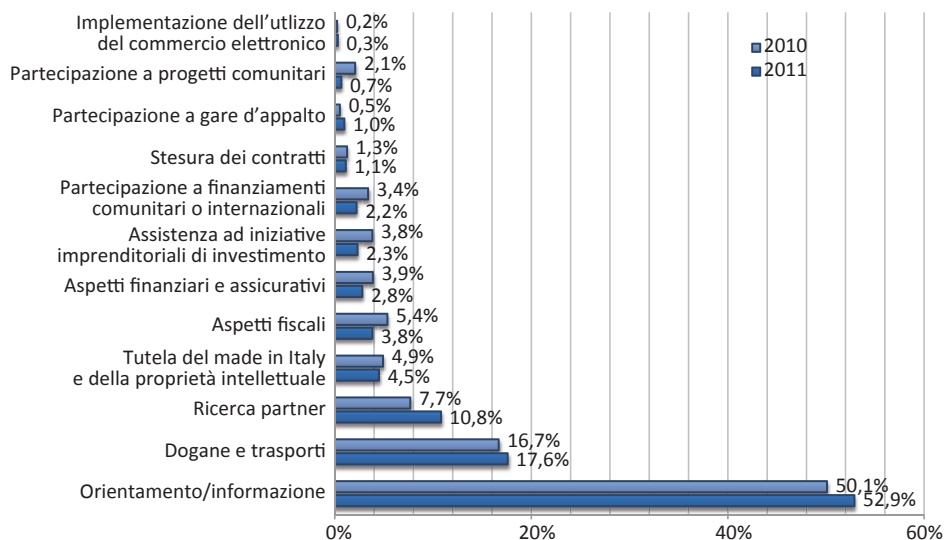


Dal punto di vista delle azioni di carattere informativo in favore delle imprese, il quadro delle attività svolte dagli 84 sportelli camerale dedicati all'internazionalizzazione, strumento privilegiato di prima assistenza e di orientamento per le imprese, conferma anche per il 2011 la tendenza di queste ultime a rivolgersi agli enti camerale per acquisire informazioni su aspetti "versante estero" di elevato contenuto specialistico (Tav. 13). Nella fattispecie (Tav. 14), assieme a richieste di orientamento su temi generali – che prevalgono rappresentando il 52,9% del totale – si registrano quesiti che spaziano dalla ricerca di partner esteri (10,8%) alla consulenza in materia di tutela del made in Italy e della proprietà intellettuale (4,5%), nonché ad aspetti

finanziari, assicurativi e fiscali (2,8%), sino anche al supporto diretto nella stesura dei contratti (1,1%).

In questa cornice di forti specializzazioni funzionali, spiccano le attività di consulenza e di certificazione svolte dalle Camere sulle materie doganali e del trasporto (17,6%), realizzate dagli sportelli per l'estero presenti in molte realtà territoriali, che – come anticipato in precedenza – assumono grande rilievo non solo per la quantità delle certificazioni prodotte su richiesta delle imprese attive all'estero, ma anche per la funzione di garanzia svolta dalle Camere in loro favore nei confronti di vari interlocutori esteri (dogane, banche, partner commerciali).

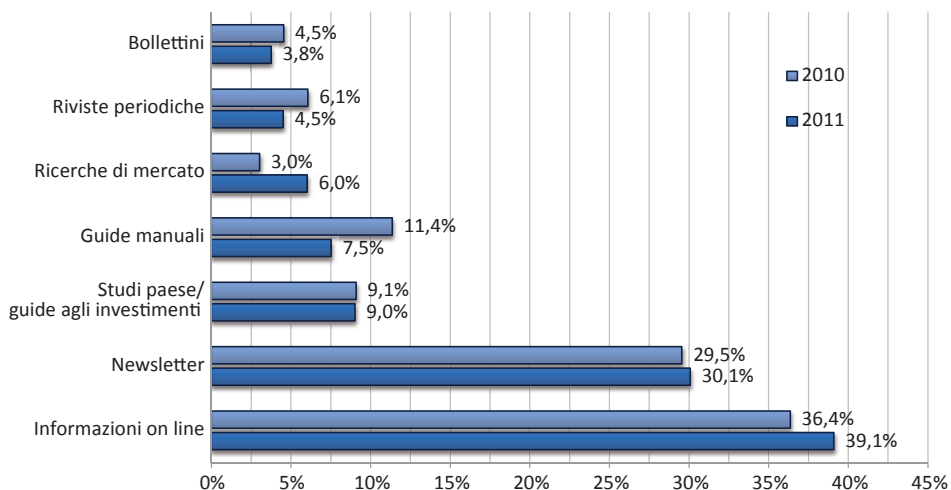
Tav. 14: Attività di consulenza delle Camere di commercio in materia di internazionalizzazione nel biennio 2010-2011
(% per tipologia di richiesta)



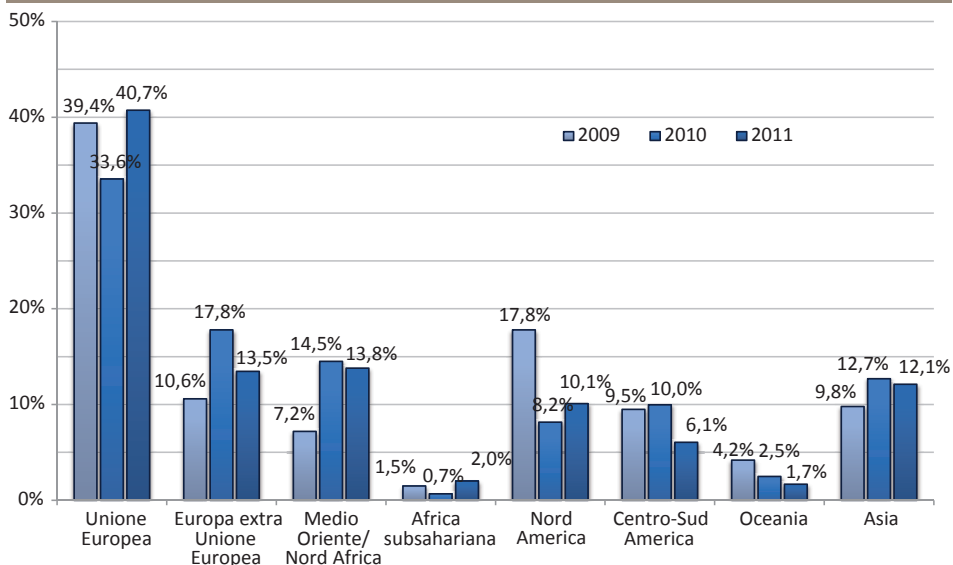
Il canale telematico rappresenta lo strumento privilegiato (utilizzato da circa il 39% delle Camere) per la comunicazione delle iniziative camerali sull'internazionalizzazione e, in taluni casi, per l'erogazione di servizi di sportello on line; seguono, in termini di diffusione di utilizzo, le newsletter (circa il 30% delle realtà camerali) e l'insieme di strumenti "tradizionali" di comunicazione, tra cui i bollettini, le guide e le ricerche di mercato che comunque incontrano le esigenze di una domanda di informazione per certi versi anch'essa tradizionale (Tav. 15).

Si conferma la propensione delle Camere italiane a collegarsi con quei mercati che, in termini di consumo, offrono le opportunità più significative per lo sviluppo delle

**Tav. 15: Attività informative in tema di internazionalizzazione nel biennio 2010-2011:
gli strumenti utilizzati**
(% Camere per tipologia di strumento)



**Tav. 16: Collaborazioni con sistemi camerali internazionali per area geografica
nel triennio 2009-2011**
(% iniziative per area)



aziende italiane. A riguardo, i dati relativi alle collaborazioni con i Sistemi camerali internazionali (Tav. 16) evidenziano per il 2011 una netta ripresa delle iniziative realizzate internamente all'Unione Europea (oltre il 40% del totale).

Diminuiscono specularmente, dopo l'*exploit* del 2011, le iniziative attuate con Sistemi camerali di paesi europei extra Unione, andandosi ad allineare – in termini di incidenza percentuale – con quelle dei territori limitrofi del Medio Oriente e del Nord Africa (cfr. *infra*), comunque in diminuzione quale probabile conseguenza dei disordini causati dalla cosiddetta "Primavera araba"

"Med in Italy" – I dati attuativi dell'iniziativa di Sistema

Nel 2011 Unioncamere ha dato piena attuazione all'iniziativa "Med in Italy", finanziata a valere sulle risorse del Fondo di perequazione, finalizzata ad incoraggiare una politica di attenzione nei confronti dei paesi del Mediterraneo. L'iniziativa ha coinvolto oltre 60 realtà camerali italiane di cui 28 del Mezzogiorno, prevedendo la realizzazione di 15 progetti articolati in circa 60 eventi realizzati a partire da novembre 2010 e che si sono conclusi entro il 31 luglio 2011.

In particolare, nell'ambito dell'iniziativa di Sistema sono state realizzate:

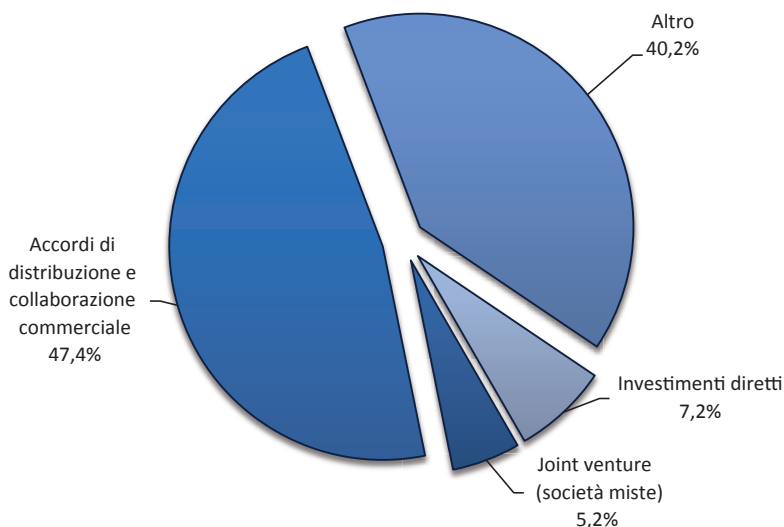
- 15 missioni incoming dai paesi Med;
- 14 eventi B2B;
- 3 progetti che hanno previsto la realizzazione di visite aziendali;
- 29 seminari informativi/convegni per le imprese;
- 6 partecipazioni a fiere internazionali.

Dal punto di vista dei settori interessati dalle singole progettualità, l'iniziativa ha riguardato: energia e ambiente (2 progetti); agroalimentare e industria (6 progetti); edilizia e housing (3 progetti); blue economy (3 progetti); formazione e ricerca (1 progetto). Complessivamente sono state coinvolte circa 700 imprese italiane e 250 aziende, operatori e buyer esteri provenienti dai paesi target per un totale di oltre 3.000 incontri B2B.

La collaborazione fra i vari punti della rete camerale ha favorito la messa a sistema delle esperienze delle singole Camere di commercio contribuendo quindi a stimolare le capacità progettuali di alcune realtà, in particolare del Mezzogiorno. Gli eventi della cd "Primavera araba" hanno rallentato in parte le attività, ma non hanno impedito la realizzazione ed il completamento di tutti gli eventi programmati: questo a riprova dell'interesse del sistema produttivo italiano, in particolare meridionale, verso quelle aree e della capacità del Sistema camerale italiano di rispondere a detta domanda delle economie locali.

Considerando gli obiettivi specifici di tali iniziative (Tav. 17), il dato 2011 restituisce quale finalità prevalente la chiusura di accordi di distribuzione e collaborazione commerciale tra i sistemi imprenditoriali dei diversi paesi, scopo di circa il 47% delle iniziative; in leggero incremento i progetti per la realizzazione di joint venture e in lieve calo gli investimenti diretti (rispettivamente, +0,4 e -0,9 punti percentuali sul 2010). Nel complesso delle altre finalità, a titolo esemplificativo, vi sono lo sviluppo di progetti comuni per la promozione della cooperazione, la realizzazione di eventi, fiere ed incontri B2B, lo scambio di informazioni e buone prassi, le attività di supporto tecnico ed assistenza per la promozione.

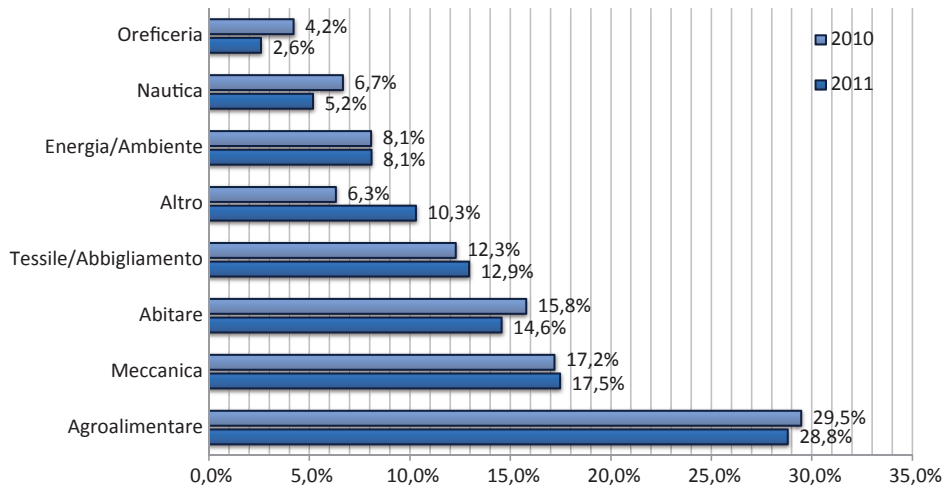
Tav. 17: Obiettivi delle iniziative di collaborazione con le Camere di commercio di altri paesi nel 2011
(% per obiettivo)



L'analisi della distribuzione delle iniziative di internazionalizzazione delle Camere di commercio per filiera-obiettivo evidenzia, anche per il 2011, la tenuta dell'agroalimentare quale principale target nelle strategie di intervento (Tav. 18), settore che assorbe circa il 29% degli interventi, seguito dai settori della meccanica (17,5%), dell'abitare (14,6%) e del tessile-abbigliamento (circa il 13%).

Tale distribuzione risulta di fatto in linea con la strategia del sistema paese, che punta a rafforzare la valorizzazione e la promozione all'estero delle filiere produttive dell'eccellenza italiana – in particolare quelle delle cd "4A": agroalimentare, abbigliamento, arredo, automotive – e sulla realizzazione di programmi trasversali negli ambiti, tra gli altri, della formazione e della finanza per le imprese *export-oriented*.

Tav. 18: Distribuzione delle iniziative di internazionalizzazione per filiera obiettivo nel biennio 2010-2011
(% per filiera)

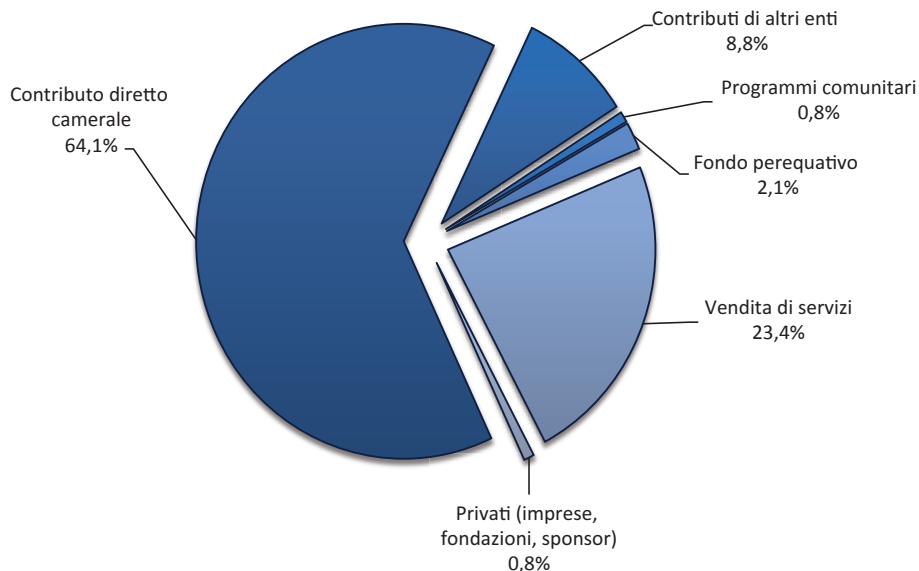


Una strategia che, anche in considerazione del forte differenziale in termini di capacità esportativa che contraddistingue regioni e province diverse sul territorio⁶, le Camere di commercio interpretano non solo insistendo sulla valorizzazione delle filiere e dei distretti industriali, ma anche agendo al fine di incrementare il numero assoluto delle imprese esportatrici rispetto alle circa 200.000 attualmente impegnate in percorsi di internazionalizzazione (il 98% delle quali di piccola e media dimensione), ciò attraverso azioni di promozione della cultura dell'internazionalizzazione e della aggregazione tra imprese.

Gli interventi economici in tema di internazionalizzazione, che nel 2011 ammontano ad oltre 93 milioni di euro, risultano per circa 2/3 coperti dalle risorse proprie delle Camere di commercio (Tav. 19); una quota in consistente crescita rispetto al dato precedente (+13,7 punti percentuali sul 2010), che è andata a compensare il calo – altrettanto consistente, e probabilmente motivato dagli effetti della crisi – delle risorse provenienti da privati (imprese, fondazioni, sponsor), scese di ca. 9 punti percentuali in un anno.

⁶ Cfr. il *Rapporto Unioncamere 2012. L'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di commercio*, volume diffuso in occasione della X Giornata dell'economia (Roma, 3 maggio 2012).

Tav. 19: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in tema di internazionalizzazione nel 2011



Progetti locali in tema di "Internazionalizzazione"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Fiera Big Five, Jeddah-Dubai	
Aosta	Eataly New York	
Avellino	Irpinia. The Other Side of South Italy: partecipazione alla XVI edizione del Vinexpo di Bordeaux	Unioncamere nazionale, Comune
Belluno	Progetto Interreg Italia-Austria Explore	
Benevento	Sannio Export: azioni di promozione economica all'estero	
Bolzano	Alpitecture	
Brindisi	Progetto Cina B2B Italia a tavola 2011, Matera 20 maggio 2011	
Campobasso	Mare Nostrum	
Catania	Progetti di penetrazione commerciale per le PMI siciliane appartenenti ai settori agroalimentare e turistico in Canada, Giappone, Ucraina: Linea intervento 5.2.1.1 obiettivo operativo 5.2.1 PO FESR 2007-2013	
Catanzaro	La provincia di Catanzaro nel mondo per la promozione del territorio: missione economica e istituzionale a Mosca	

Progetti locali in tema di "Internazionalizzazione"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Cosenza	Descubre Cosenza: programma di promozione del territorio e di penetrazione commerciale delle produzioni agroalimentari della provincia di Cosenza nel mercato spagnolo	Associazioni di categoria, altro
Cuneo	Piemonte InContract	
Ferrara	Ferrara International Meeting	Provincia
Frosinone	SIRI	
Genova	Marintech Shanghai	
Isernia	Incontriamoci in Serbia	
Latina	Programma CABOTs	Comune
Lecco	Wired-up!	
Livorno	Missione economica a San Pietroburgo	
Lucca	Boat Med: incoming dai paesi del Mediterraneo (Turchia, Marocco, Tunisia, Libano ed Egitto)	
Mantova	AgroTech, Mosca ottobre 2011	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico
Massa Carrara	Guesting Architecture	
Matera	SIAFT	
Milano	NIBI	
Modena	Zuliefermesse e Tutto Food	
Monza e Brianza	Lombardy Furniture Design in USA and South Africa	Associazioni di categoria, Ordini professionali, imprese
Parma	Moda Parma in Australia: missione commerciale per il settore moda (abbigliamento/pelletteria)	Unioncamere regionale
Pavia	Progetto di promozione all'estero dell'artigianato orafa di Mede	Altro
Pesaro e Urbino	Progetto Qatar	
Pescara	Sea to See	
Piacenza	Missione imprenditoriale in Repubblica Ceca	
Pisa	Missione multisettoriale a San Pietroburgo	
Pistoia	Immagine Italia 2011	
Potenza	Progetto Svizzera: incoming operatori agroalimentari dalla Svizzera	
Prato	Rethinking the Product	Provincia, Comune, altro ente pubblico
Ragusa	Incagrimus: incoming complementi d'arredo, arredi e agroalimentare	

Progetti locali in tema di "Internazionalizzazione"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ravenna	NauticaMed World 2011	
Reggio Emilia	Project Iraq	Associazioni di categoria, Ordini professionali
Rovigo	Workshop della giostra	
Sassari	Sardegna Export: nessun confine alla tua impresa	
Siracusa	Siracusa Agroforworld	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Provincia, Comune
Sondrio	Club degli esportatori	
Terni	Partecipazione alla fiera Specialities and Fine Food di Londra	
Torino	Candidatura della Camera di commercio di Torino a ospitare il IX Congresso mondiale delle Camere di commercio	
Trapani	AgriSicily, PO FESR 2007-2013: progetto di internazionalizzazione delle imprese – settore agroalimentare	
Trento	Il Trentino incontra Varsavia	
Varese	LombardiaBusiness	
Venezia	Buy Made in Veneto 2011	
Verbania	Casalinghi del Lago Maggiore	Provincia, Comune, altro
Verona	Progetto OCM: Vino veneto, USA roadshow	
Vibo Valentia	Scandinavia Gourmet 1 e 2	
Vicenza	Fiera Big Five, Dubai	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, altro ente pubblico
Viterbo	Incoming di sistema Russia Italia@casa, Firenze 1-2 dicembre 2011	

■ 2.4 Le politiche per le filiere e i territori

L'originalità e la qualità che contraddistinguono il nostro made in Italy, soprattutto in una fase di grande variabilità delle condizioni economiche e delle abitudini di consumo, rappresentano punti di forza irrinunciabili per il Paese. In ragione della fascia alta cui si indirizzano le produzioni nazionali, alle imprese italiane sono richieste grandi capacità e dinamicità di orientamento su target in continua evoluzione, sul territorio nazionale e all'estero.

Fare leva sulla capacità delle imprese italiane di muoversi velocemente verso segmenti di mercato emergenti (in particolare nei paesi BRIC – Brasile, Russia, India e Cina – dove stanno crescendo milioni di nuovi consumatori particolarmente sensibili ai prodotti di qualità del made in Italy) rappresenta, quindi, un importante fattore di competitività.

Tav. 20: I numeri di “Qualificazione e valorizzazione delle filiere”

93	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, iniziative per la qualificazione e promozione delle filiere
	di cui 41 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche attraverso delega funzionale) e 3 con il supporto di altre strutture camerali
	di cui 33 ricoprendo il ruolo di organismo di certificazione
27	Laboratori di analisi chimico-merceologica
	di cui 22 certificati ACCREDIA
13.317	i partecipanti alle attività promozionali realizzate dalle Camere di commercio per la valorizzazione delle filiere (825 specifiche iniziative nell'anno)
222	Iniziative specifiche per la valorizzazione delle produzioni locali
38,6	milioni di € di interventi economici per la qualificazione e valorizzazione delle filiere, di cui 2,2 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo alle attività

Al riguardo, le Camere hanno da tempo avviato una serie di progettualità e specifiche iniziative volte a valorizzare e promuovere le filiere del made in Italy; il tutto quale premessa – e al contempo necessaria integrazione – dell’insieme di interventi in favore dell’internazionalizzazione che passa tramite una valorizzazione, sempre più mirata, delle produzioni nazionali.

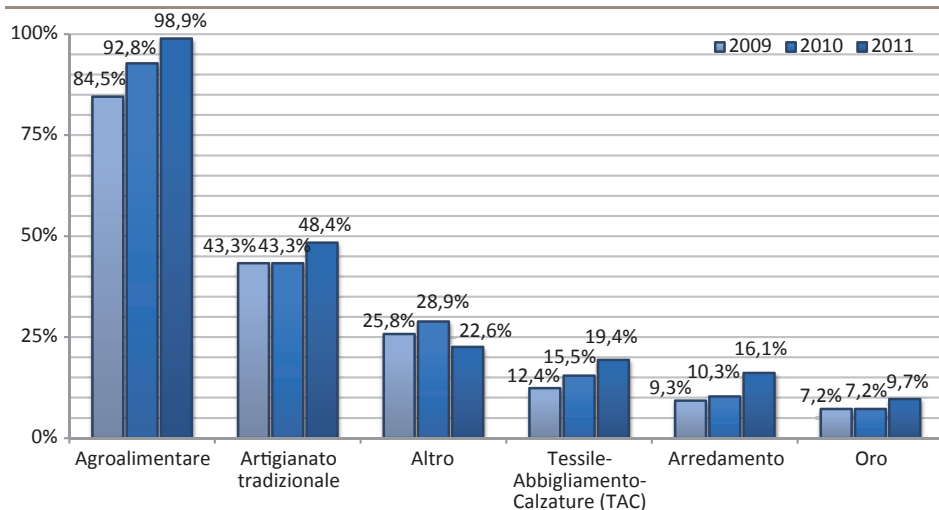
Nel corso del 2011, in particolare, quasi ogni Camera ha realizzato attività in favore delle filiere (Tav. 20). Tra queste si contano oltre 800 iniziative di carattere prevalentemente promozionale (+16% sul 2010) che hanno coinvolto più di 13.000 partecipanti, mentre risulta stabile l’impegno delle Camere per interventi di valorizzazione delle produzioni locali – tra cui attività di analisi dei mercati e di informazione, di sostegno alle imprese nella elaborazione di piani di marketing, di riconoscimento delle denominazioni d’origine, di sostegno alla nascita di consorzi, le attività fieristiche ecc. – con oltre 200 iniziative specifiche.

Tuttavia, poiché in tempo di crisi non è facile guardare al ritorno di lungo periodo, l’impegno delle Camere risulta marcato in quell’insieme di attività – a monte della commercializzazione delle produzioni – che possano concretamente accompagnare le imprese nel percorso di riposizionamento sui mercati.

A riguardo, è lo strumento della **qualificazione** che si pone al centro delle strategie di rilancio dell’offerta Italia, complessivamente intesa: uno strumento che fa leva su elementi quali la **tracciabilità** e la **certificazione dei prodotti**, della loro origine e dei metodi di lavorazione, e che si pone quale asset strategico di cui ogni impresa può dotarsi per rafforzare la propria competitività.

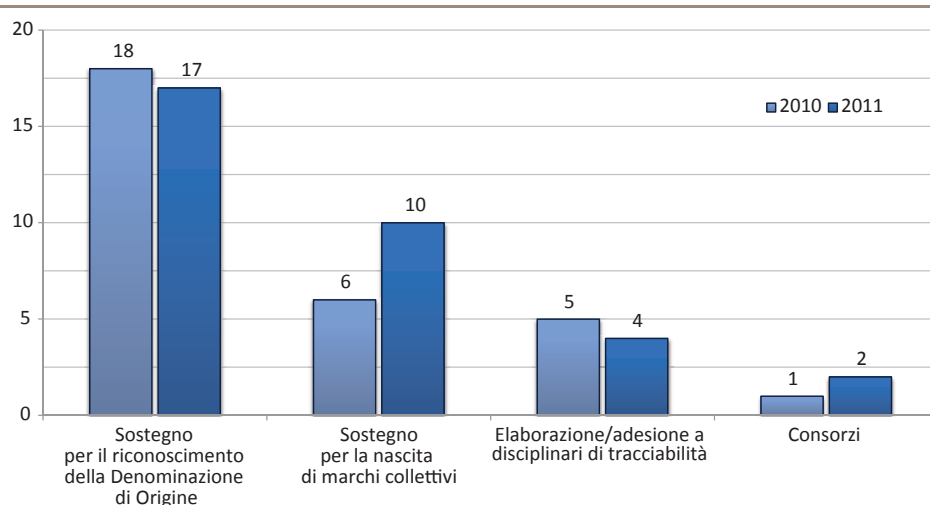
Nel 2011, la scommessa sulla qualità finale e certificata dell’offerta ha riguardato in modo particolare il settore agroalimentare, con un numero di Camere coinvolte in forte crescita nel triennio (quasi il 100% nel 2011, un balzo di circa 15 punti percentuali in più dal 2009), sebbene anche nei settori dell’artigianato tradizionale, del tessile, dell’arredamento e dell’oro si registrino trend positivi (Tav. 21).

Tav. 21: Trend delle iniziative di qualificazione e promozione per settore d'intervento nel triennio 2009-2011
(% Camere per filiera)



L'impegno del Sistema camerale per la certificazione dei prodotti agroalimentari ha riguardato in modo particolare le attività per promuovere il riconoscimento delle denominazioni d'origine nel settore dei vini (Tav. 22); un presidio rafforzato, almeno in

Tav. 22: Ruolo delle Camere quali organismi di certificazione nel biennio 2010-2011
(n. Camere per ambito di intervento)



parte, in seguito ai cambiamenti intervenuti negli ultimi anni anche a livello comunitario con la nuova configurazione dell'Organizzazione comune di mercato (OCM), che ha portato le Camere a doversi confrontare con il rinnovato quadro di riferimento.

In evidenza anche le molteplici iniziative di qualificazione dell'origine che riguardano la tracciabilità nei settori del tessile-abbigliamento e delle calzature, e di tutela e valorizzazione delle produzioni locali. Sul primo fronte, in particolare, è in atto la promozione di un sistema di tracciabilità certificata che – nel 2011 – ha coinvolto circa 150 aziende e oltre 1.600 fornitori nei controlli di filiera; mentre, in tema di tutela e valorizzazione dei prodotti locali, vale la pena ricordare l'impegno del Sistema nel promuovere la nascita dei marchi collettivi geografici: 51 nuove iniziative nel 2011, contro le 35 dell'annualità precedente.

In particolare, lo strumento della registrazione dei marchi – regolato da specifiche normative, nazionali e comunitarie, che definiscono le modalità per poter designare l'origine geografica dei prodotti – si è affermato oltre che nel comparto agroalimentare, anche nel tessile, nelle lavorazioni in ferro, negli intarsi, nelle lavorazioni in pietra e in legno, nell'oreficeria, nella realizzazione delle ceramiche e dei vetri. Su tale fronte si registra un significativo incremento nell'impegno formale delle Camere in tema di certificazione: nel 2011 circa 1/3 delle realtà camerale (33) svolge il ruolo di organismo di certificazione e, tra queste, cresce il numero di quante impegnate sullo specifico fronte dei marchi collettivi.

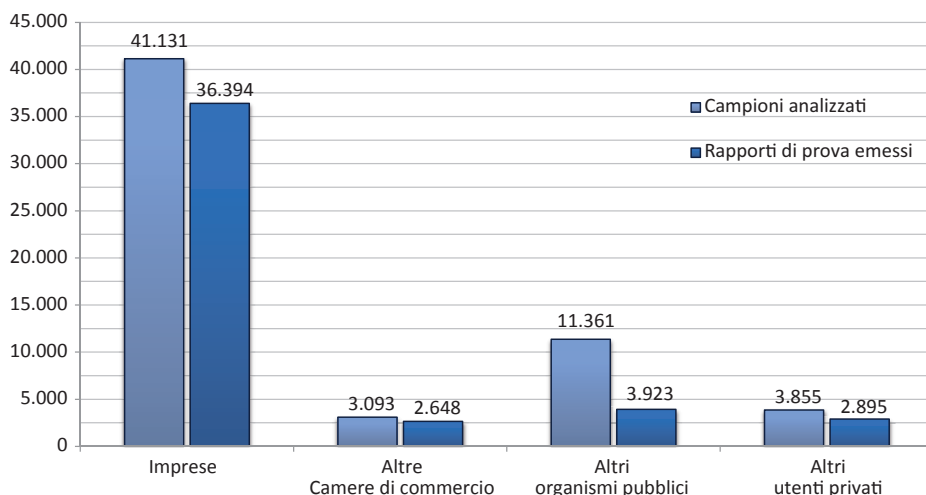
Per arricchire la competenza nella verifica delle garanzie di conformità dei prodotti agli standard di commercializzazione le Camere di commercio si sono dotate di Laboratori chimico-merceologici. Negli anni, alcuni laboratori hanno assunto una elevata specializzazione e specificità, fattore che si pone quale punto di forza della loro organizzazione in rete (ReteLab). Tale modalità di lavoro, comune a molte strutture funzionali del Sistema, consente di potenziare e moltiplicare i servizi offerti dalle Camere di commercio a beneficio delle imprese e dei clienti; la stretta collaborazione tra Camere dotate e non dotate di laboratorio di analisi, consente a queste ultime di poter garantire l'accettazione dei campioni rappresentando, così, un punto di erogazione dei servizi della rete.

I servizi offerti coprono diversi settori merceologici; nel 2011 si conferma la preminenza del comparto dell'agroalimentare quale *core* dell'attività dei laboratori, anche se si afferma in modo interessante il settore dei metalli preziosi, dove quasi il 17% dei laboratori risulta abilitato alle prove (+15,3 punti percentuali rispetto al 2010). Stabili, invece, le filiere ambientali (13,3%) e quella del tessile (8,2%).

L'attività svolta dalla rete dei laboratori nel corso del 2011 è esercitata soprattutto in favore delle imprese e, con minore intensità, nei confronti di istituzioni locali e altri utenti privati. Rispetto all'anno precedente, nel 2011 si è registrato un aumento dei campioni analizzati e dei rapporti di prova emessi per tutte le diverse tipologie di utenza (Tav. 23).

Alla strategia di qualificazione, come si è detto, fa da *pendant* quell'insieme di iniziative attraverso cui le Camere si attivano sul territorio, spesso in sinergia con gli

Tav. 23: Utenti dei laboratori chimico-merceologici camerali per tipologia di servizio nel 2011

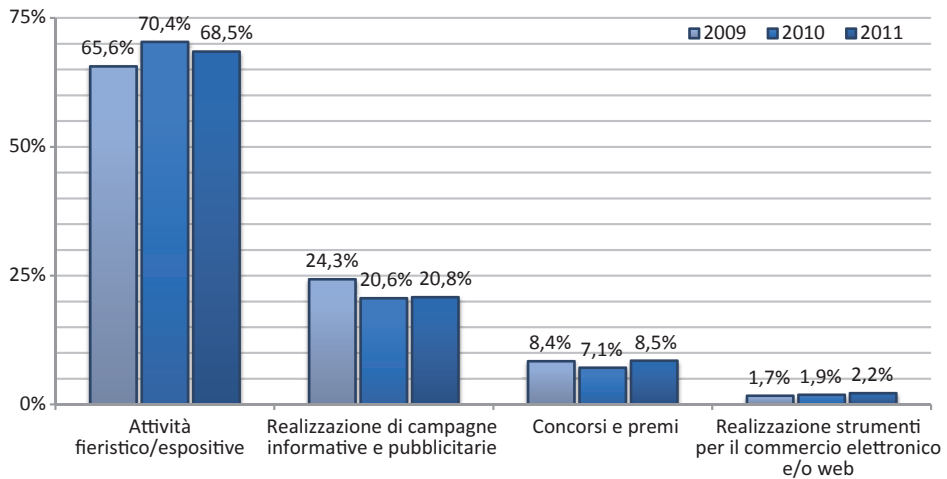


attori e le istituzioni locali, per promuovere e valorizzare le produzioni di filiera, sintetizzando in immagine il lavoro che c'è dietro i singoli prodotti, la storia da cui hanno origine, la qualità e la sicurezza derivanti dalle loro certificazioni.

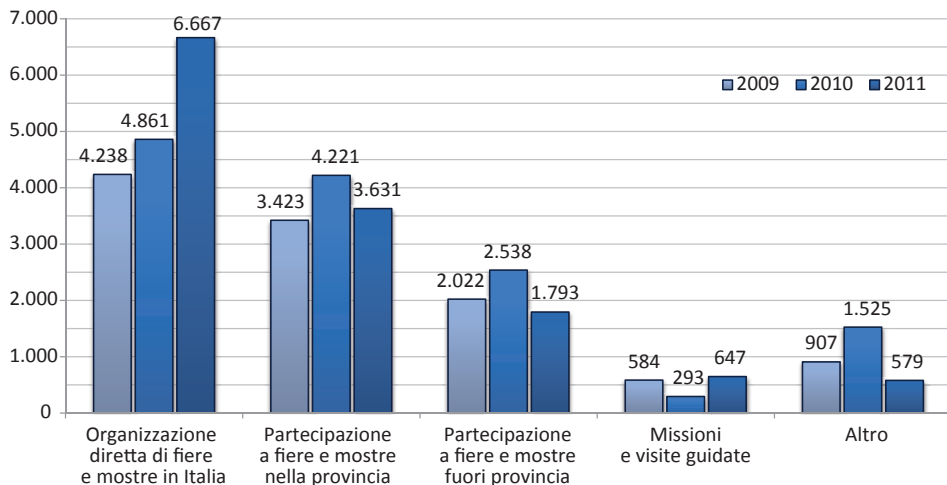
Queste attività, rispetto alle quali le Camere sono riuscite a coinvolgere una media di oltre 12.000 imprese l'anno, nel periodo 2009-2011, si concretizzano in particolar modo nell'organizzazione e/o partecipazione a fiere e manifestazioni espositive, nella realizzazione di campagne di informazione e di sensibilizzazione finanche – sebbene in misura residuale ancorché crescente – nella messa a punto di strumenti in tecnologia web di concreto supporto alle imprese ai fini della commercializzazione delle produzioni (Tavv. 24 e 25).

Riguardo alla copertura finanziaria degli interventi di valorizzazione e promozione delle filiere (Tav. 26), anche nel 2011 la fonte principale si conferma nelle risorse che le Camere di commercio mettono a disposizione dal proprio bilancio (77%, in aumento di 6,3 punti percentuali rispetto al 2010); anche in questo ambito si registra una forte contrazione delle risorse reperite dalla sfera privata – quasi azzerate rispetto al 13,5% del 2010 – mentre aumentano sensibilmente gli introiti derivanti dalla vendita dei servizi, per lo più quelli di carattere certificativo di cui trattato in precedenza.

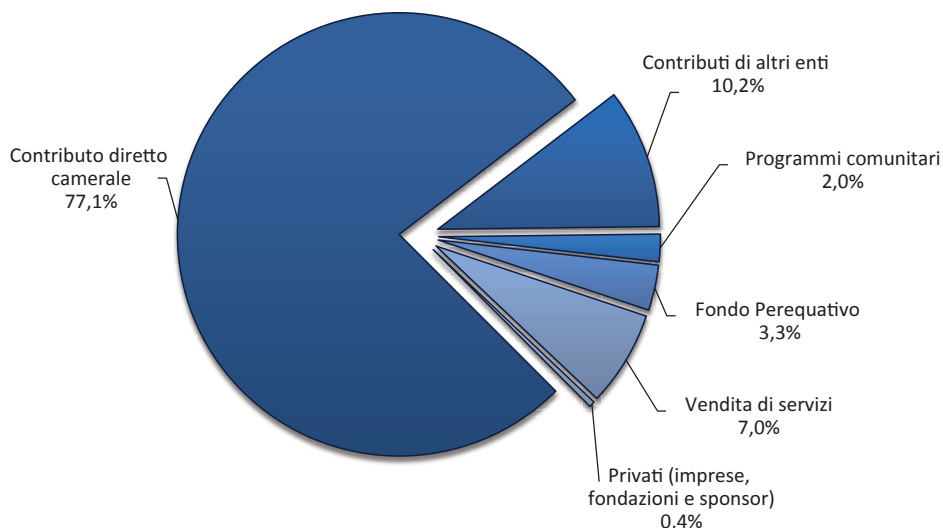
**Tav. 24: Iniziative di promozione realizzate dalle Camere
in collaborazione con altri soggetti e/o istituzioni locali nel triennio 2009-2011
(% per tipologia)**



**Tav. 25: Adesione alle iniziative delle Camere per la promozione delle filiere
nel triennio 2009-11
(n. imprese per tipologia di iniziativa)**



Tav. 26: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di valorizzazione e promozione delle filiere nel 2011



Progetti locali in tema di "Qualificazione e promozione delle filiere"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Alessandria	Progetto grano	Associazioni di categoria
Ancona	Accordo di collaborazione con la Provincia di Ancona a sostegno dello sviluppo locale	Provincia
Arezzo	Piano promozionale congiunto	Provincia
Ascoli Piceno	Euroflora 2011	Regione, Provincia, Comune
Avellino	Creazione di una struttura di controllo vini IGT	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ministero
Belluno	Strada dei formaggi e dei sapori della provincia di Belluno	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, altro ente pubblico
Benevento	Falaghina Felix. Rassegna regionale dei vini da uve falaghina	Unioncamere regionale, Provincia, Comune, altro
Bergamo	Marchio Ristoranti dei 1000 sapori	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori
Biella	Plaid commemorativo 150° anniversario Unità d'Italia	Unioncamere nazionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Bologna	SANA 2011	
Bolzano	Festival del gusto Alto Adige 2011	Provincia, imprese, altro
Brescia	Piano straordinario di promozione del franciacorta DOCG	

Progetti locali in tema di "Qualificazione e promozione delle filiere"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Cagliari	Antenna ASCAME Italia	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), Camera di commercio estera, università, istituto/centro di ricerca, altro ente pubblico
Catania	Arancia rossa	
Catanzaro	Promozione e valorizzazione delle filiere produttive della provincia di Catanzaro	Associazioni di categoria, imprese
Cosenza	Convenzione con Associazione italiana Sommelier di Cosenza per la promozione della costituenda DOP Terre di Cosenza	Unioncamere regionale, imprese, altro
Cremona	ALISel	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, università, istituto/centro di ricerca, imprese
Cuneo	Progetti pilota Piemonte AgriQualità – aggiornamento PAT	Unioncamere regionale, Regione, Provincia, Camera di commercio estera, altro
Ferrara	Bando per la valorizzazione dei prodotti e dell'ospitalità tipica	Associazioni di categoria
Firenze	Patto di filiera selezione degli olii della provincia di Firenze	Regione, Provincia
Forlì-Cesena	Sostegno al distretto calzaturiero del Rubicone	Associazioni di categoria, Provincia, Camera di commercio estera, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Genova	Euroflora	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, imprese
Grosseto	Maremma Wine Shire	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Provincia, altro
La Spezia	Costituzione Consorzio sistema agrituristico spezzino	Associazioni di categoria, imprese
Latina	Piattaforma Biotech (Latina Bio-Tech – LABIO)	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, Provincia, istituto/centro di ricerca, imprese
Livorno	Vetrina Toscana a tavola	Unioncamere regionale, Regione
Lodi	Agroalimentare tra start-up e innovazione	Provincia, istituto/centro di ricerca
Lucca	Partecipazione alla fiera Identità golose 2011	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Macerata	Valorizzazione del tartufo della Marca di Camerino (Alto Maceratese)	Università, altro ente pubblico
Mantova	Progetto di valorizzazione della filiera del pioppo/legno	Associazioni di categoria, imprese

Progetti locali in tema di "Qualificazione e promozione delle filiere"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Massa Carrara	Turismo, qualificazione dei territori e dei centri commerciali naturali attraverso la tracciabilità e la promozione delle filiere del made in Italy	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale
Milano	Ultrasound Meat	Associazioni di categoria, università, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Monza e Brianza	Il passaporto del mobile	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Nuoro	Partecipazione a L'Artigiano in fiera 2011, Milano	
Padova	Progetto Padova per la promozione del territorio metropolitano	Associazioni di categoria, Comune, imprese
Parma	Progetto pluriennale di promozione e sviluppo delle Commissioni uniche insediate a Parma ("tagli di carne suine" e "grassi e strutto") finalizzato alla valorizzazione della Borsa merci di Parma	Altro
Pavia	59a edizione Autunno pavese DOC	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Perugia	Ciock è bello ciock è buono	Associazioni di categoria, imprese
Pesaro e Urbino	Progetto Mappatura del territorio a fini DOC e DOP	
Piacenza	Progetto Coppa d'oro	Altro
Pisa	Iniziativa collaterale a Le cuir à Paris	Associazioni di categoria
Pistoia	Desco 2011	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Potenza	Sostegno alla struttura di controllo delle produzioni DOP/DOC della Camera di commercio di Potenza	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Ragusa	Cioccolato artigianale d'Italia: un caso specifico + Chocobarocco	
Ravenna	Romagna da gustare	Associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Reggio Calabria	Piano strategico per la crescita dinamica del settore dell'artigianato artistico	
Reggio Emilia	Concorso enologico Matilde di Canossa – Terre di lambrusco	Regione, Provincia, Comune, Altro
Roma	Uniformazione tariffari di certificazioni del vino a DO a livello regionale	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)

Progetti locali in tema di "Qualificazione e promozione delle filiere"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Savona	Compartecipazione organizzativa e finanziaria alla realizzazione della VI edizione di Euroflora	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, istituto/centro di ricerca, imprese
Sondrio	Progetto Vino insieme	Associazioni di categoria, Provincia, altro ente pubblico, imprese
Terni	Entra in Umbria	Associazioni di categoria, Comune, imprese
Torino	Maestri del gusto	Associazioni di categoria
Trapani	Siciliano	Unioncamere regionale, Comune
Udine	Salone del mobile	
Varese	Art. Art.: promozione dell'artigianato artistico varesino	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, università, imprese
Verbania	Il Lago Maggiore, le sue valli, i suoi sapori	Associazioni di categoria, Provincia, altro ente pubblico, imprese, altro
Verona	Edizione 2011 concorso enologico Verona Wine Top	Ministero, Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico, imprese, altro
Vibo Valentia	Promozione della dieta mediterranea e dei suoi prodotti tipici	Imprese, altro
Viterbo	Marchio collettivo Tuscia viterbese	

2.5 Servizi per la promozione del turismo e della cultura

L'impegno delle Camere in favore delle filiere e dello sviluppo locale si indirizza anche attraverso azioni tese a qualificare e potenziare l'offerta dei territori, complessivamente intesa, con strategie integrate di marketing che puntano sulla valorizzazione delle componenti ambientali, organizzative e culturali degli stessi, per aumentarne l'attrattività, anche a fini turistici, e trainare consumi ed investimenti, favorendo l'innescarsi di un circuito positivo di crescita e di benessere.

Il settore del turismo, in particolare, si conferma anche per il 2011 quale asset strategico del nostro Paese, con i principali dati di congiuntura e occupazione che ne confermano la sostanziale stabilità in un quadro generalizzato di crisi.

Per le imprese ricettive italiane, nel 2011 si è apprezzata la sostanziale tenuta in merito alle camere vendute (ridotte di appena -0,2 punti percentuali), mentre la media del tasso di occupazione delle camere si è attestata intorno al 43,8%. Anche in termini di lavoro, la quota di imprese turistiche con assunzioni in programma si è mantenuta al di sopra della media di tutti i settori dell'industria e dei servizi (33% contro 23%), grazie soprattutto al frequente ricorso al lavoro stagionale che contraddistingue le attività turistiche e quelle ad esse collegate. La stima dei consumi turistici delle destinazioni

italiane ha contato, nel complesso, un totale di quasi 70 miliardi di euro, di cui oltre la metà (36,3 mld) provenienti dalle spese turistiche degli italiani e il restante dai flussi internazionali⁷.

In questo ambito l'impegno camerale si è concentrato anche per il 2011 su iniziative volte a rafforzare la competitività dell'offerta "prodotto Italia" tramite interventi di valorizzazione dei territori e delle economie locali incentrati sulla qualificazione dell'offerta turistica e dei suoi principali comparti produttivi.

Tav. 27: I numeri di "Servizi per il turismo e la cultura"

98	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, iniziative per la promozione dei settori del turismo e dei beni culturali
	di cui 35 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche attraverso delega funzionale) e 8 con l'ausilio di altre strutture camerali
76	investimenti diretti delle Camere di commercio per la promozione del settore turistico (ca. 9 milioni di € investiti)
	di cui 51 per lo sviluppo infrastrutturale (3,3 milioni di €) e 25 in interventi sull'assetto del territorio (5,4 milioni di €)
504	Iniziative realizzate per la promozione turistica del territorio, quali:
	<ul style="list-style-type: none"> • attività per la qualificazione delle imprese turistiche (61 Camere attive) • la strutturazione di specifici Osservatori provinciali sul turismo (43 Camere attive) • l'organizzazione di convegni, seminari, meeting con operatori stranieri del turismo (43 Camere attive)
104	partecipazioni a manifestazioni fieristiche dedicate al turismo, in Italia (64) e all'estero (40)
5.917	operatori turistici coinvolti nei corsi di formazione e/o aggiornamento professionale realizzati dalle Camere di commercio (34 Camere attive)
553	Iniziative di promozione culturale realizzate o sostenute dalle Camere (70 Camere attive)
31,6	Milioni di € di interventi economici per la promozione dei settori del turismo e dei beni culturali, di cui 1,0 milione di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo alle attività

In merito (Tav. 27), nel corso del 2011 quasi ogni Camera (98 realtà) ha realizzato attività per la promozione turistica del territorio, in costante dialogo con le altre componenti istituzionali ed associative coinvolte nella filiera turistica italiana. Iniziative svolte sia attraverso interventi specifici di qualificazione delle imprese turistiche locali (nel 63% dei casi) o di informazione (in circa il 43%, tramite gli Osservatori provinciali sul turismo), sia puntando sullo sviluppo e il potenziamento delle infrastrutture di supporto alle attività turistiche – realizzando anche investimenti diretti, per un importo di 8,7 milioni di euro nel 2011 – e delle competenze professionali del comparto.

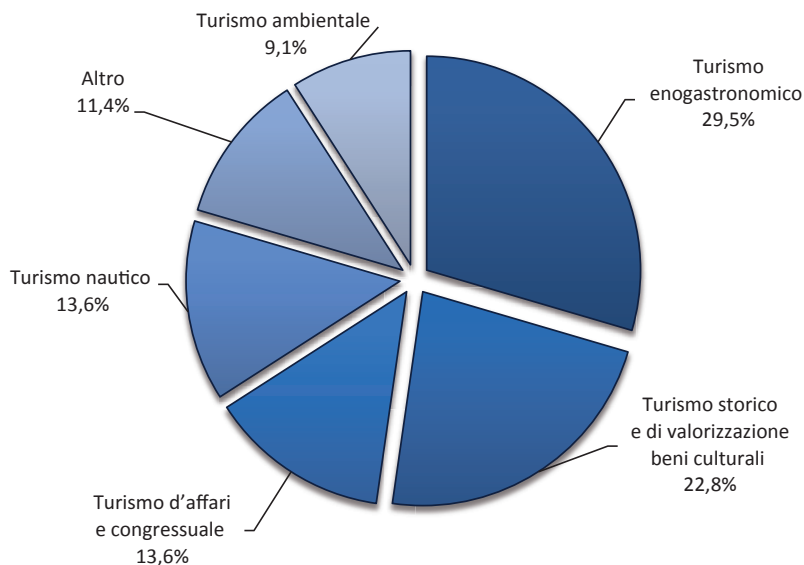
7 Fonte: Unioncamere, *Rapporto Impresa Turismo 2012*.

Quest'ultima linea di intervento si concretizza nell'organizzazione di corsi di formazione e/o di aggiornamento in favore degli operatori del turismo (5.917 partecipanti nel 2011), o in azioni tese a svilupparne la rete di business promuovendone la partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche di settore, ad eventi, seminari e meeting B2B con operatori stranieri.

Costante anche l'attività di monitoraggio economico che le Camere realizzano attraverso l'operatività sempre più estesa della rete degli Osservatori provinciali sul turismo (sono 43 nel 2011, +9 rispetto all'annualità precedente), strutturati con impianti di ricerca ed analisi delle dinamiche e dei fenomeni che interessano i vari sottocomparti e che seguono – in larga misura – il modello dell'Osservatorio nazionale sul turismo, istituito dalla Presidenza del Consiglio dei ministri in partenariato con Unioncamere.

A riguardo, l'importante collaborazione attivata con il Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo nell'ambito dell'Accordo quadro stipulato nel 2009, ha consentito di realizzare approfondimenti di tipo qualitativo su segmenti particolari dell'offerta turistica italiana utili alla definizione e proposizione di politiche innovative di sistema per lo sviluppo del settore (Tav. 28). Tra questi spiccano quelli relativi al turismo enogastronomico (quasi il 30% dei casi) e al turismo storico e di valorizzazione dei beni culturali (22,8%).

Tav. 28: Ambiti di approfondimento degli Osservatori provinciali sul turismo delle Camere di commercio nel 2011
(% per ambito)

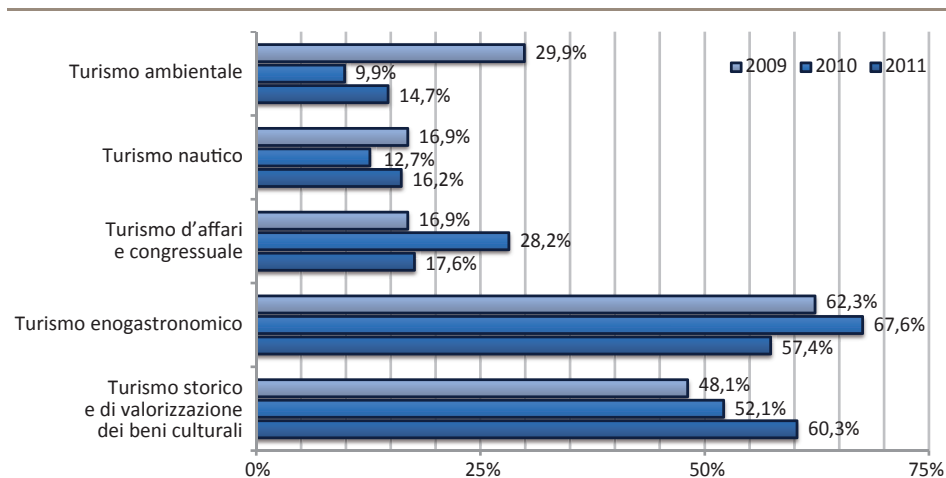


Da segnalare, altresì, le due indagini specifiche realizzate dall'Osservatorio nazionale: da un lato uno studio sui prodotti turistici, finalizzato a disegnare una mappatura delle destinazioni – per ogni tipologia di prodotto – tramite l'individuazione della competitività delle diverse aree turistiche in termini di attrattiva sul mercato nazionale ed internazionale, e dall'altro la realizzazione di schede mercato relative a 10 paesi esteri attraverso cui individuare il dimensionamento della domanda turistica, le principali caratteristiche strutturali, le motivazioni e le abitudini di vacanza dei turisti.

In crescita negli ultimi anni le realtà camerali impegnate nella definizione e promozione di politiche innovative per il sostegno al turismo legato alle risorse storiche e culturali, un segmento del settore che presenta forti prospettive di sviluppo, alla luce del grande e costante appeal che l'Italia, per la sua storia, la sua cucina, il suo stile di vita, continua ad esercitare nell'immaginario collettivo a livello internazionale (Tav. 29).

Tav. 29: Trend delle iniziative per la valorizzazione turistica del territorio nel triennio 2009-2011

(% Camere per ambito d'intervento)

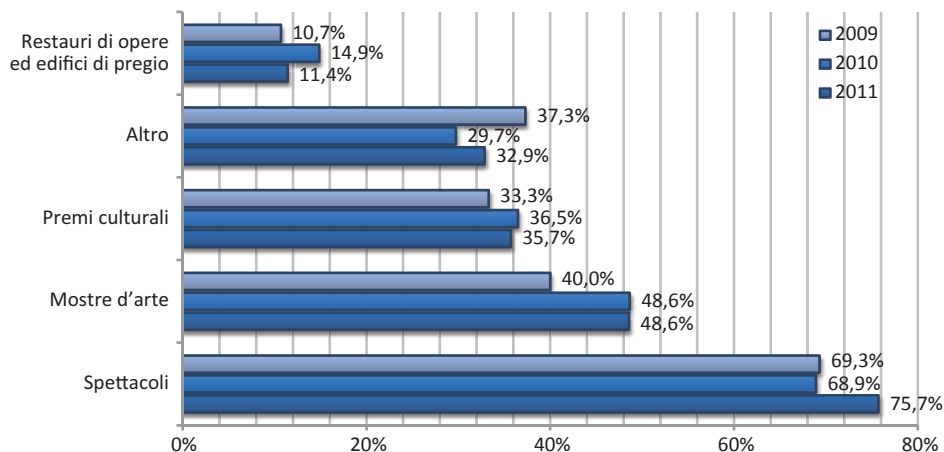


L'articolazione del territorio italiano, infatti, si presenta come una vera location a cielo aperto. Facendo propria questa consapevolezza le Camere operano al fine di mettere a sistema i diversi elementi chiave (arte, cultura, patrimonio architettonico); ciò realizzando un insieme di iniziative tese a valorizzare le diverse caratteristiche artistiche, culturali ed architettoniche dei territori, secondo un modello di intervento integrato e di partenariato tra Camere di commercio, istituzioni private e la PA locale (Tav. 30).

Una logica di coordinamento e collaborazione con gli attori locali che, nel rappresentare la cifra identificativa delle istituzioni-Camere di commercio, e stante la distribuzione delle competenze in materia di turismo, risulta determinante per l'integrazione ed il successo delle politiche di sviluppo a livello locale. Nel 2011, oltre 2/3 di tali iniziative

Tav. 30: Attività per il sostegno e la sponsorizzazione di iniziative culturali nel triennio 2009-2011

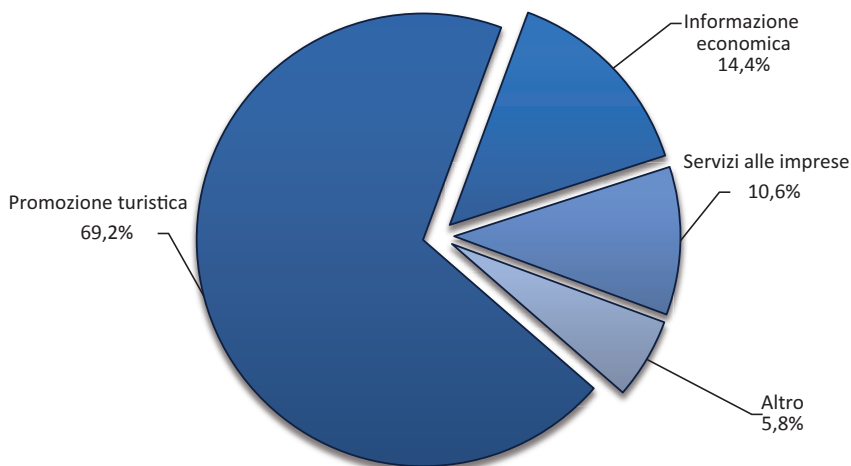
(% di Camere per ambito di intervento)



di collaborazione, diffuse prevalentemente sui fronti della promozione turistica, si è concentrato sul fronte della valorizzazione dei beni culturali e del sostegno al turismo storico, ambiti che presentano un potenziale significativo – quasi incommensurabile – di sviluppo (Tav. 31).

Tav. 31: Partenariato con la PA locale per l'integrazione delle strategie di sviluppo turistico del territorio nel 2011

(% di Camere per tipologia di partnership)

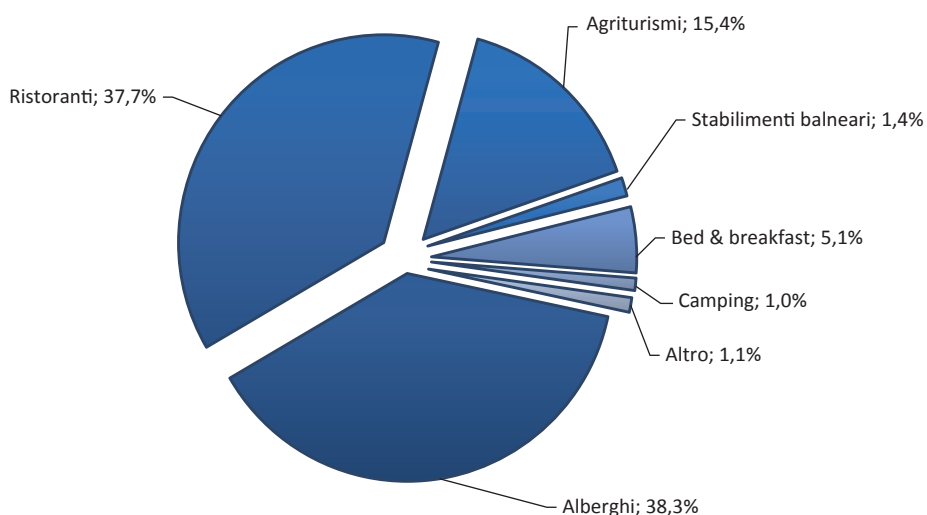


In linea generale, le azioni delle Camere sono volte a migliorare il contesto operativo per gli attori di una filiera che – come si è visto – mostra una notevole capacità di reazione, sebbene ciò si ponga a corollario di una indiscussa forza delle destinazioni italiane verso una domanda turistica che, sempre più attratta dal particolare, dalla “nicchia”, una volta sul luogo si muove alla scoperta del territorio e delle sue produzioni locali anche seguendo itinerari proposti dalle ormai diffuse applicazioni per smartphone e tablet, coniugando così tradizione e innovazione.

La specifica articolazione dell'intervento camerale poggia, anche in questo caso, sugli strumenti della certificazione di qualità e della tracciabilità, promossi soprattutto presso le strutture dell'accoglienza e della ristorazione (Tav. 32). Nel corso del 2011 è stata implementata una serie di iniziative innovative basate sulla valorizzazione dei patrimoni enogastronomico ed ambientale italiano e sul ruolo della cultura e della creatività quali elementi strategici dello sviluppo economico locale; iniziative che trovano coerenza in una *vision* nazionale orientata a costruire la certificazione delle tipicità locali allo scopo di rendere oggettive, e quindi riconoscibili, le diversità dei territori ma come combinazione di quel mix di elementi del gusto e del bello che vanno sotto la definizione di *Italian lifestyle*.

Rispetto alle iniziative per la qualificazione dell'offerta turistica, le Camere operano concretamente con un progetto che, ormai da anni, garantisce al consumatore determinati standard qualitativi sulle imprese turistiche: si tratta del marchio “Ospitalità italiana”, una certificazione di qualità dell'offerta ricettiva e ristorativa in Italia che attualmente conta oltre 5.400 strutture certificate tra alberghi, ristoranti, agriturismi, b&b, campeggi, stabilimenti balneari, charter nautici e ittiturismo, in 80 province italiane.

Tav. 32: Strutture che hanno conseguito il marchio/certificato di qualità nel 2011
(% per tipologia)

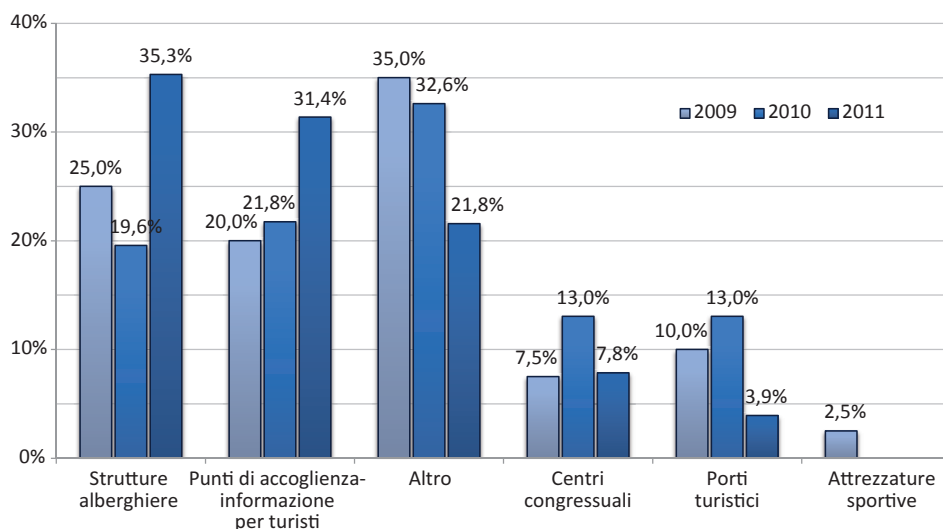


Il marchio ha recentemente ampliato il suo raggio d'azione oltre confine attraverso il progetto "Ospitalità italiana. Ristoranti italiani nel mondo" che, nell'ultimo biennio, ha raccolto le candidature di oltre 1.100 ristoranti di 54 paesi esteri.

La rete dei ristoranti italiani nel mondo è una realtà che si compone già delle prime 720 strutture ricettive che, in 65 grandi città, rappresentano la vera Ospitalità italiana; la sua realizzazione – resa possibile dall'articolazione del Sistema camerale all'estero, che trova nelle Camere di commercio italiane all'estero il canale ideale per veicolare il "prodotto Italia" – è un risultato molto importante in termini di strategia di marketing per il nostro Paese in quanto gli stessi ristoranti rappresentano il terminale estero di una catena di distribuzione delle migliori produzioni dell'eccellenza italiana e dei nostri territori.

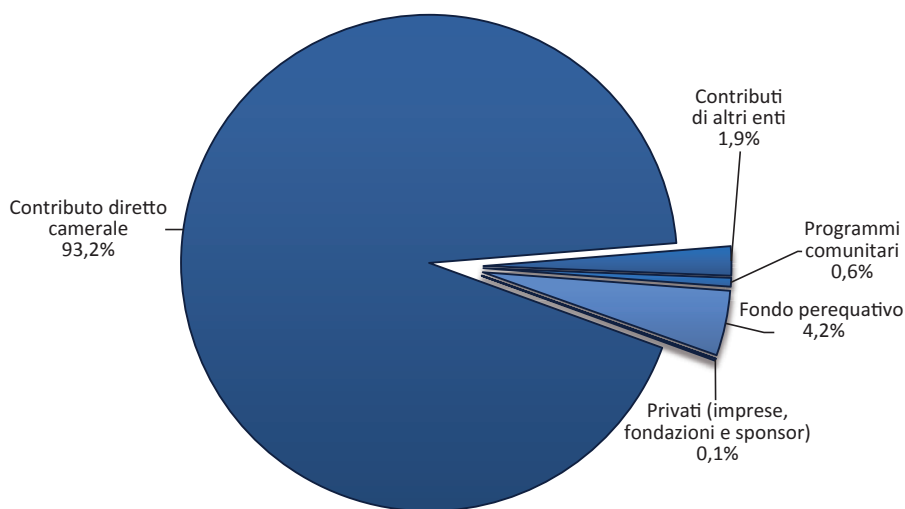
Tra i più importanti fronti dell'intervento camerale per il turismo, significativo è poi l'impegno delle Camere per lo sviluppo e il potenziamento delle infrastrutture di supporto alle attività turistiche. Il trend degli investimenti del Sistema camerale in tale ambito rappresenta un fenomeno consolidato; rispetto alle scorse annualità, tuttavia, i dati per il 2011 restituiscono una fotografia che vede una più diffusa attenzione delle Camere a realizzare interventi sul fronte dei servizi di "prima accoglienza" al turista, quali quelli offerti dalle strutture ricettive e dai punti di informazione in cui l'efficacia e la qualità del servizio offerto rappresentano un vero valore aggiunto per il consolidamento e lo sviluppo dei flussi turistici verso il territorio (Tav. 33).

Tav. 33: Interventi per lo sviluppo delle infrastrutture turistiche nel triennio 2009-2011
(% Camere per ambito)



Come per le altre linee di attività, infine, anche per gli interventi in materia di turismo le Camere nel 2011 hanno fatto affidamento in modo quasi esclusivo alle risorse provenienti dal proprio bilancio: il 93%, dato in crescita di circa 5 punti percentuali rispetto al corrispondente sul 2010. Si azzerà, anche su questo filone di attività, la quota parte di risorse provenienti dalla sfera privata (erano ca. il 2% nel 2010) e diminuisce in modo consistente la contribuzione di altri enti ed istituzioni, attestandosi a ca. il 2%, rispetto al 6,7% della scorsa annualità (Tav. 34).

Tav. 34: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di turismo nel 2011



Progetti locali in tema di "Servizi per il turismo e la cultura"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Welcome to Ancona	Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico
Arezzo	Giorgio Vasari 1511-2011	Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico, altro
Ascoli Piceno	Mostra Donne: storia di merletti ed antiche tessiture	Regione, Provincia, Comune
Avellino	Albergo diffuso e ospitalità nei borghi irpini	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, Comune, imprese
Belluno	Progetto valorizzazione rifugi alpini e produzioni locali	Unioncamere nazionale, associazioni dei consumatori, Regione, Provincia
Bergamo	Notti di luce	Associazioni di categoria, Comune, Camera di commercio estera, imprese, altro

Progetti locali in tema di "Servizi per il turismo e la cultura"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Caltanissetta	Cortometraggio <i>Strata a foglia</i>	
Cosenza	Osservatorio sul turismo residenziale in provincia di Cosenza	
Cremona	Workshop sul turismo musicale	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese, altro
Crotone	Pubblicazione <i>Crotone Quality Tour</i>	Associazioni di categoria, Regione, imprese
Cuneo	Cuneo, Cagliari e Trapani. Dalle Alpi al mare: Cuneese, Cagliariitano e Trapanese. Realtà a confronto tra similitudini e tradizioni	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Ferrara	Protocollo d'intesa per la promozione coordinata del turismo con la Provincia di Ferrara	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, imprese
Firenze	BTO	Regione, imprese
Forlì-Cesena	Piano di marketing del territorio allargato delle province di Forlì-Cesena e Ravenna	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese, altro
Genova	Tavolo di promozione di Genova e del territorio	Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico
Grosseto	Bici a tutto tondo	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, altro
Isernia	Politiche di sviluppo e qualificazione del sistema turistico e produttivo della provincia di Isernia	
Livorno	Bolgheri Melody	Comune
Lodi	Costituzione rete d'impresa Lodigiano a ruota libera	
Lucca	Lucca card	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Provincia, Comune, altro ente pubblico, imprese
Macerata	Progetto per la creazione di una domanda di servizi turistico-ricreativi in un paese europeo (Germania) per il sistema territoriale di Pievebovigliana	Comune, altro
Mantova	Valorizzazione siti UNESCO	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Matera	Turismo, qualificazione dei territori, tracciabilità e promozione delle filiere del made in Italy e dei borghi della provincia di Matera	Imprese, altro

Progetti locali in tema di "Servizi per il turismo e la cultura"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Messina	Turismo nella provincia di Messina	Unioncamere nazionale
Milano	Azioni a sostegno del turismo business e congressuale	Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro ente pubblico
Monza e Brianza	Sportello sponsorizzazione di beni e attività culturali	Unioncamere regionale, Regione
Nuoro	Autunno in Barbagia 2011	Regione
Oristano	Le isole del gusto	
Padova	RAM – Universi diversi	Associazioni di categoria, Comune, altro ente pubblico, imprese, altro
Parma	Sostegno alla realizzazione del Festival Verdi, ottobre 2011	Associazioni di categoria, Comune
Pavia	Realizzazione di una piattaforma web multilingua (italiano, inglese, francese, spagnolo) finalizzata alla valorizzazione delle risorse del territorio	
Pesaro e Urbino	Fiera turismo Colmar, Francia	
Pisa	Pisa città palcoscenico	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, altro ente pubblico, imprese
Pistoia	Promozione turistica della Valdinievole e del parco termale mediante azioni collegate a Miss Italia 2011	Unioncamere regionale, Regione, Comune
Pordenone	Pordenonelegge. Festa del libro con gli autori	
Prato	Mostra d'arte Andrea Martinelli	
Ragusa	Produzione del film <i>Terramatta</i>	Regione, imprese
Ravenna	Piano di marketing del territorio allargato	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro ente pubblico, imprese, altro
Roma	Buy Lazio	Unioncamere regionale, Regione, altro ente pubblico, altro
Siracusa	Cammini di san Paolo	Associazioni di categoria, Comune, altro ente pubblico, imprese, altro
Sondrio	Progetto DMO – Implementazione del Consorzio destinazione Valtellina	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, imprese
Taranto	Informalab: la formazione per il lavoro	
Torino	Yes!	
Trieste	Compartecipazione eventi culturali – Esposizione Biennale diffusa Magazzino 26 – Portovecchio – TS	Ministero, Regione, Comune

Progetti locali in tema di "Servizi per il turismo e la cultura"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Udine	Tiepolo	Associazioni di categoria, Comune
Varese	Agenzia del turismo della provincia di Varese	Provincia
Verbania	Incontrarsi senza confini – Progetto Interreg	Associazioni di categoria, Provincia, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro ente pubblico, imprese, altro
Verona	Mostra Il Settecento a Verona. La nobiltà della pittura Verona, Gran Guardia, 26 novembre 2011-9 aprile 2012	Comune
Vibo Valentia	Premio internazionale Limen arte 2011	
Vicenza	Bando di concorso Commercio e turismo 2011	

2.6 Lo sviluppo locale, il sostegno ai settori del commercio e dei servizi

Sempre in ottica di filiera, uno dei temi di maggiore attenzione nell'agenda delle Camere di commercio risiede nella promozione del settore del commercio e dei servizi, leva importante dello sviluppo locale, nelle sue varie forme e tipologie: dagli esercizi di vicinato ai centri integrati di via, dai centri commerciali naturali alle reti d'impresa.

La connessione tra commercio e sviluppo del territorio è certamente un tema di grandissima attualità. Più di un motivo, infatti, ne suggerisce un'attenta riflessione che non è disgiunta dalle profonde modificazioni che la filiera distributivo-commerciale ha sperimentato negli ultimi venti anni, oltre che dalla problematica fase congiunturale che l'Italia sta attraversando.

L'elemento di maggiore valenza di questo comparto consiste nel collocarsi all'intersezione di una serie di snodi rilevanti per la qualità della vita e dell'abitare nelle città e, quindi, anche della loro capacità di attrarre cittadini residenti e city user (pendolari per motivi di lavoro, di turismo, di svago, di shopping ecc.).

In un quadro economico preoccupante per il nostro Paese, che – come evidenziato dall'Osservatorio Prezzi e mercati Unioncamere-INDIS – evidenzia consumi in caduta libera, inflazione ormai in costante aumento, tariffe in salita ed una percezione reale dell'incidenza del fattore inflativo molto alta sul portafoglio dei consumatori, la strategia delle Camere risiede nell'integrazione del commercio con le altre attività di servizio (quali somministrazione, servizi alla persona ecc.), nonché con il turismo e l'offerta culturale nel quadro di una politica integrata di animazione e di attrattiva che mira a ricostruire il valore del territorio, soprattutto per i cittadini che lo abitano.

Tav. 35: I numeri di "Sviluppo locale e promozione del territorio, commercio e servizi"

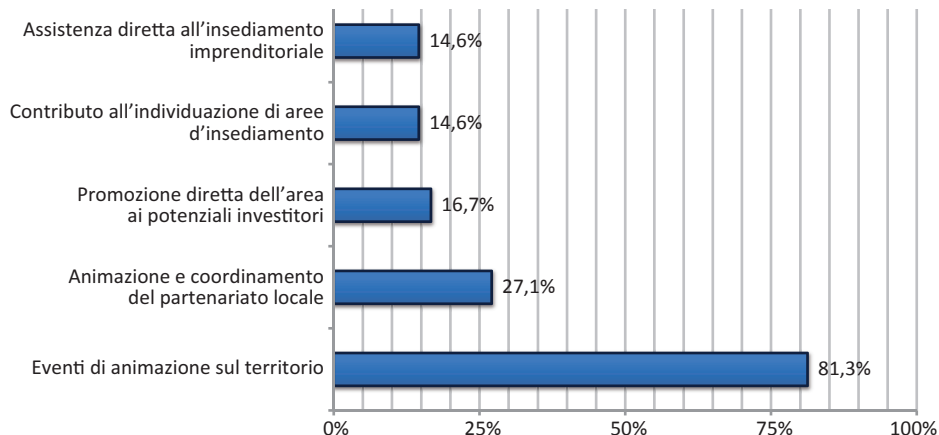
95	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, iniziative per lo sviluppo locale e la promozione del territorio di cui 30 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 4 con il supporto di altre strutture camerali (consorzi, Agenzie, Unioni regionali)
73	Camere di commercio hanno svolto attività di governance del territorio riguardo al settore del commercio e dei servizi
19	Camere di commercio hanno partecipato a workshop formativi per la qualificazione degli operatori della distribuzione, dei servizi e del terziario
8	Camere di commercio hanno realizzato iniziative per il sostegno e la promozione del franchising
25	Camere di commercio sono coinvolte all'interno di Patti territoriali e 3 nell'ambito di Contratti di sviluppo
4.100	gli operatori coinvolti nell'ambito delle attività di marketing territoriale realizzati dalle Camere (51 Camere attive)
3.167	gli operatori coinvolti nell'ambito dei 79 workshop/seminari realizzati in tema di attività di marketing territoriale
30,9	milioni di € di interventi economici per iniziative di sviluppo locale, promozione dei territori e dei settori del commercio e dei servizi, di cui 1,3 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo alle attività

I dati raccolti dall'Osservatorio camerale (Tav. 35) evidenziano un forte impegno del Sistema in questo ambito di intervento; nel 2011 oltre il 90% delle Camere di commercio ha svolto attività di promozione e valorizzazione del territorio tramite le leve del commercio e dei servizi, sia con azioni di programmazione e di governance sia tramite iniziative mirate per lo sviluppo dei fattori di competitività: innovazione, informazione ed iniziative volte a favorire la qualificazione del capitale umano, per permettere agli operatori del settore di avere tutti gli strumenti utili a cogliere le opportunità e le novità di un comparto variegato e in continua evoluzione.

Diverse Camere puntano poi sulla promozione e lo sviluppo del franchising, modello imprenditoriale che nonostante la crisi gode di buona salute, come dimostrano i dati delle associazioni rappresentative, e che costituisce una valida opportunità per favorire il rilancio e lo sviluppo del tessuto imprenditoriale. Tra le altre tipologie di intervento, circa la metà delle realtà camerali (51 enti) è attiva nel dare supporto concreto a progetti/iniziative di marketing territoriale (Tav. 36), attraverso cui rilanciare il ruolo rappresentativo delle città, con una maggiore attenzione alla qualità dei servizi offerti, in un'ottica sia di attrazione degli investimenti sia di promozione integrata delle eccellenze.

Gli obiettivi di questa tipologia di azione, tuttavia, possono essere raggiunti solo attraverso una forte collaborazione con gli attori pubblici e privati competenti nella programmazione locale, che integri le modalità di programmazione della rete di distribuzione del commercio con quelle di pianificazione del territorio nel tentativo di raggiungere l'equilibrio tra la piccola, media e grande distribuzione e la sostenibilità socioeconomica e territoriale.

Tav. 36: Marketing territoriale: attività svolte dalle Camere nel 2011
(% Camere per tipologia di intervento)

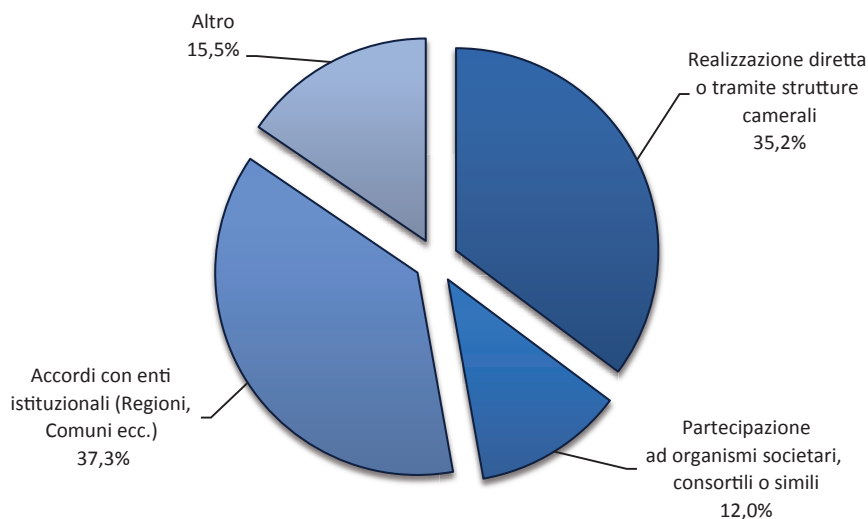


In tale prospettiva, risultano fondamentali l'apporto e il sostegno degli attori pubblici e privati nella definizione di politiche adeguate a sostenere lo sviluppo e, a riguardo, sulla sfera nazionale Unioncamere, attraverso l'INDIS, annovera tra le sue storiche funzioni la messa a punto di attività, progetti, studi e collaborazioni istituzionali volti a promuovere la qualificazione urbana e territoriale favorendo lo sviluppo delle imprese del commercio e l'integrazione tra turismo-commercio-cultura.

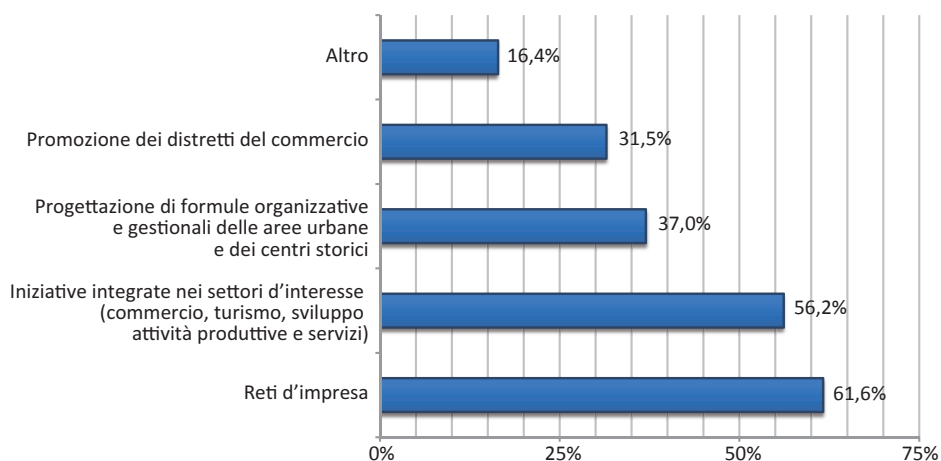
Sul fronte locale, al contempo, le singole Camere dimostrano di saper agire sia direttamente, sia attivando opportune collaborazioni con soggetti pubblici e/o privati, quali le associazioni di categoria e gli enti locali. I dati dell'Osservatorio per il 2011 (Tav. 37), in particolare, evidenziano come il 37,3% delle Camere abbia operato stipulando accordi istituzionali per lo sviluppo locale con Regioni o Comuni; il 35,2% abbia promosso e realizzato programmi di sviluppo territoriale direttamente o per il tramite delle strutture camerali quali le Aziende speciali; il 12% abbia agito attraverso la partecipazione ad organismi societari e/o consortili.

L'insieme delle azioni intraprese mette bene in luce l'impegno delle Camere nel sostenere e valorizzare il modello italiano di sviluppo, che punta a fare sintesi tra territori e globalizzazione, in una programmazione integrata degli interventi che ponga l'accento sulla promozione di modelli imprenditoriali diffusi e innovativi. Tra questi, ad esempio, i Distretti del commercio, ambiti territoriali "a geometria variabile", in cui i cittadini, le imprese e le formazioni sociali fanno del commercio un fattore di integrazione ed animazione del tessuto urbano, la cui promozione già impegna circa 1/3 delle Camere attive (Tav. 38). Nell'ambito di tali distretti è possibile proporre modelli di governance pubblico/privata in grado di valorizzare tutte le risorse disponibili, accrescendo l'attrattività del territorio – anche in termini di turismo – e sostenendone la competitività delle sue realtà commerciali.

Tav. 37: Modalità di realizzazione delle attività di promozione del territorio, dei centri commerciali e dei centri storici
(% Camere per tipologia)



Tav. 38: Attività di governance del territorio per il commercio e i servizi
(% Camere per tipologia di intervento)



Anche altre forme organizzative e gestionali “innovative” per le aree urbane entrano nell’alveo dell’attività camerale; tra queste lo sviluppo dei cd Centri integrati di via o i centri commerciali (di interesse per quasi il 40% delle realtà camerali) e la promozione di iniziative integrate volte, ad esempio, a sviluppare forme di associazione tra piccole e medie imprese attraverso il conseguimento di economie di scala e, dall’altro, a stimolare la concorrenza a vantaggio dei consumatori.

Si afferma, in questo quadro, l’intervento del Sistema volto a promuovere la formula del contratto di rete, strumento attraverso cui le imprese possono costituire nuove forme di collaborazione finalizzata a realizzare progetti comuni per lo sviluppo produttivo e l’innovazione: un ambito di intervento fatto proprio, nel 2011, da quasi i 2/3 delle Camere attive in tema.

La valorizzazione del territorio, peraltro, non può prescindere dalla qualità dei servizi pubblici offerti, fronte sul quale rileva ampiamente il ruolo delle amministrazioni locali e degli altri attori territoriali che sono chiamati a ragionare su schemi e progetti ad ampio raggio.

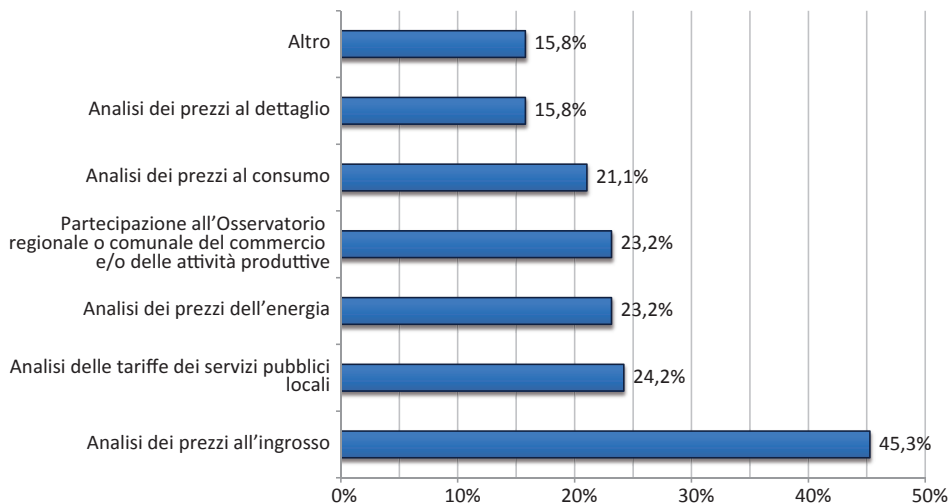
In un quadro congiunturale sfavorevole, caratterizzato da una crisi che ha limitato il potere d’acquisto per molti nuclei familiari e che vede crescere l’attenzione verso le tematiche dei prezzi e del fenomeno inflattivo, risulta di particolare rilievo il ruolo ed il contributo che il Sistema camerale può fornire già a partire dalla fase di studio e di monitoraggio dell’economia del territorio, e sulle dimensioni economiche d’interesse per il mondo della produzione e del consumo: un contributo che caratterizza l’insieme di azioni di informazione e di analisi che vanno a comporre una delle funzioni storiche svolte dalle Camere.

Al riguardo (Tav. 39), circa il 45% delle Camere di commercio effettua analisi dei prezzi all’ingrosso, e parimenti significativa risulta la quota di realtà camerali attive nel monitorare l’andamento delle tariffe dei servizi pubblici locali e delle tariffe energetiche – rispettivamente il 24,2% e il 23,2% – a conferma di quanto siano rilevanti, specie in questi ultimi anni, queste importanti voci di costo per le pesanti ricadute che hanno su famiglie e imprese. L’analisi accurata di queste tariffe risulta utile per le scelte delle imprese, utile per le scelte di chi amministra, utile complessivamente per sostenere l’attrattività di un territorio.

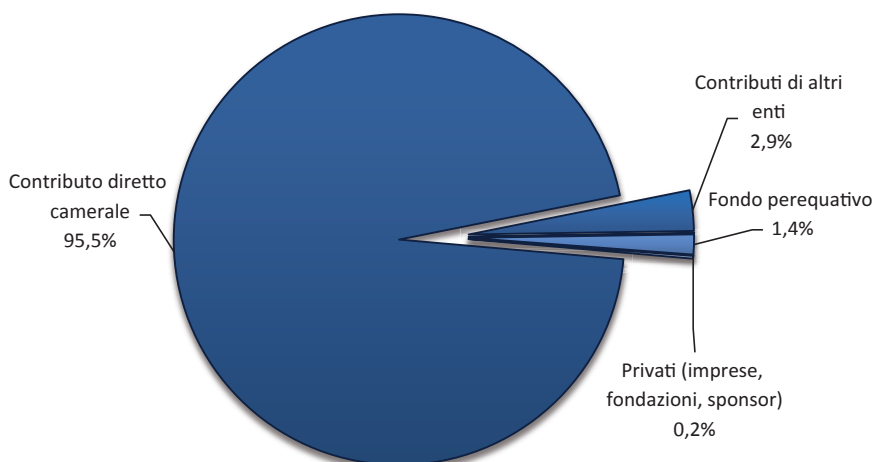
Più del 23% delle Camere partecipa con le proprie analisi all’Osservatorio regionale e/o comunale del commercio, per far sì che il dato locale possa poi essere aggregato a livello nazionale, e fornire il dato effettivo sullo stato di salute dell’economia del Paese; sempre sulla scia del monitoraggio economico del territorio una buona percentuale di Camere fa analisi sui prezzi al dettaglio e al consumo.

In sintesi, i dati relativi al monitoraggio economico del territorio evidenziano il ruolo attivo giocato dal Sistema camerale quale premessa indispensabile per l’avvio di qualsiasi strumento di programmazione e promozione dello sviluppo; ciò – come si è visto – anche con programmi di marketing territoriale, inteso sia come progetto di sviluppo economico e sociale sia come strumento di valorizzazione delle risorse contenute in un determinato ambito geografico e socioculturale.

Tav. 39: Attività di monitoraggio economico del territorio svolte nel 2011
(% Camere per tipologia di attività)



Tav. 40: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di sviluppo del territorio e sostegno del settore del commercio e dei servizi nel 2011



Nel 2011 l'INDIS, continuando nel suo impegno di supporto e analisi sui temi legati allo sviluppo del commercio, ha partecipato al progetto "MarketingLab" (Bologna), un progetto finalizzato alla realizzazione di un laboratorio di "marketing urbano e per lo sviluppo dei centri commerciali naturali", in grado di coniugare l'operatività diretta su un territorio con la potenzialità di essere replicabile in altri contesti territoriali, mettendo in sinergia il mondo istituzionale con quello associativo, per il tramite del Sistema camerale. I dati emersi evidenziano una forte percentuale di eventi di animazione sul territorio, con percentuali più o meno simili sulla promozione diretta dell'area ai potenziali investitori, sull'animazione e il coordinamento del partenariato locale, sull'assistenza diretta all'insediamento imprenditoriale.

Dal punto di vista delle risorse a copertura degli interventi camerali (Tav. 40), infine, anche per questo filone di intervento le Camere utilizzano quasi totalmente risorse proprie – ovvero derivanti dagli introiti del diritto annuale – con percentuali contenute di cofinanziamento di altri enti (2,9%).

Progetti locali in tema di "Sviluppo locale e promozione del territorio, commercio e servizi"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Arezzo	Vetrina Toscana	Unioncamere regionale, altro
Ascoli Piceno	Mostra Donne, storia di merletti ed antiche tessiture	Regione, Provincia, Comune
Avellino	Contributi per favorire l'adesione a consorzi e centri commerciali naturali	Associazioni di categoria, imprese
Bergamo	Progetto Interventi di sensibilizzazione e di formazione continua per referenti dei distretti e per operatori commerciali	Associazioni di categoria, Regione
Biella	Le potenzialità infrastrutturali della provincia di Biella: il ruolo della Camera di commercio tra consenso e programmazione delle opere	Unioncamere nazionale, Provincia, altro
Bologna	3° Patto territoriale per il Circondario imolese	Altro ente pubblico
Brindisi	Sportello marketing territoriale	Associazioni di categoria, Provincia
Cagliari	Progetto di formazione per esperti di centri commerciali naturali	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori
Caltanissetta	Zona franca per la legalità	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ministero, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Campobasso	Progetto Comune sostenibile	
Catanzaro	In rete... per la ripresa: innovazione nelle filiere produttive, distretti, reti di imprese nella provincia di Catanzaro	Associazioni di categoria, imprese
Cremona	Partecipazione ai distretti urbani del commercio e ai distretti diffusi del commercio	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Regione, Provincia, Comune, imprese
Cuneo	Nuove frontiere del marketing. Tecnologie di prossimità e social network, 23 settembre 2011	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Comune, imprese

Progetti locali in tema di "Sviluppo locale e promozione del territorio, commercio e servizi"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ferrara	Pacchetto bandi centro storico	Associazioni di categoria, Comune
Firenze	Bando a favore dei centri commerciali naturali	Associazioni di categoria, altro
Genova	Animazione centri integrati di via	Associazioni di categoria
Grosseto	Bando a sostegno delle iniziative di sviluppo locale	
Livorno	Bando a sostegno dei centri commerciali naturali	
Lodi	Partecipazione del territorio a manifestazione Expo Italian Real Estate	Provincia, Comune, imprese
Lucca	Sostegno dei CCN della provincia di Lucca attraverso la concessione di contributi alla loro attività	
Mantova	Distretti urbani del commercio	Comune, imprese
Matera	Infrastrutture, informazione e consenso: le Camere di commercio al centro del dibattito pubblico	Altro
Monza e Brianza	Educational tour	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Padova	Bando animazione centri storici minori	Associazioni di categoria, Comune, imprese, altro
Pavia	Animazione e coaching per lo sviluppo e il consolidamento dei distretti del commercio	Associazioni di categoria, Regione, Comune
Perugia	Ritratti di storia	Comune
Pistoia	Miss Italia 2011	Unioncamere regionale, Comune
Pordenone	Pordenone Wine Love	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, imprese, altro
Potenza	Marchio di qualità delle imprese commerciali Il cliente ha sempre ragione	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori
Prato	Progetto regionale Le botteghe di Vetrina toscana	
Ravenna	Realizzazione tecnopolo	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, imprese
Reggio Calabria	Progetto Impresa legale e sicurezza partecipata: perché no?	Associazioni di categoria, Regione, altro ente pubblico, altro
Reggio Emilia	Progetto di marketing territoriale in collaborazione con Reggio Children	Comune, altro ente pubblico
Roma	Roadshow internazionale per la promozione delle eccellenze imprenditoriali di Roma e provincia presso i paesi NAFTA, in collaborazione con la Italy-America Chamber of Commerce	Camera di commercio estera
Rovigo	Progetto marketing urbano Itinerari del centro, tra arte, cultura e gusto	
Sondrio	III edizione progetto Entra in Valtellina	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, imprese

Progetti locali in tema di “Sviluppo locale e promozione del territorio, commercio e servizi”

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Taranto	Tariffe e prezzi: più trasparenza per imprese e consumatori	Istituto/centro di ricerca
Terni	Entra in Umbria	Associazioni di categoria, imprese
Trieste	Compartecipazione a eventi commerciali: mostra dell'antiquariato Trieste Antiqua 2011	Associazioni di categoria, Comune, altro
Varese	Iniziative di supporto ai distretti del commercio	Associazioni di categoria
Verona	Iniziativa Natale a Verona – Veronatale 2011	Associazioni di categoria, Provincia, Comune

2.7 Servizi per la formazione, l'orientamento e il lavoro

Sui versanti della formazione, dell'orientamento e del lavoro, il ruolo delle Camere si è affermato, nel tempo, con il consolidarsi di un complesso di iniziative realizzate al fine di valorizzare e di far crescere il capitale umano e professionale, di giovani ed adulti, nonché di migliorare e rendere più stretto il collegamento tra i canali formativi (scuola e università) e le esigenze delle imprese e dei territori.

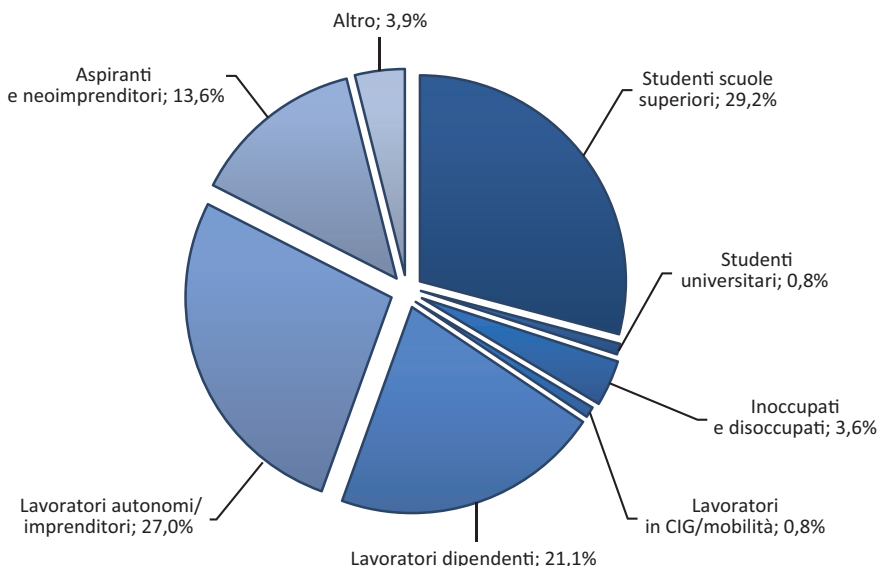
Tav. 41: I numeri di “Formazione, orientamento, alternanza, università e lavoro”

96	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2011, attività di formazione di cui 45 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 15 con il supporto di altre strutture camerali (Unioni regionali, consorzi, Aziende speciali di altre Camere)
85	Camere di commercio hanno collaborato con università
55	Camere di commercio hanno realizzato servizi/attività di tirocini, accompagnamento ed incontro domanda/offerta di lavoro
18	Camere di commercio hanno realizzato servizi/attività per la formazione continua di lavoratori occupati in collaborazione con Universitas Mercatorum
15	Camere di commercio partecipano come socio e/o collaborano a una o più Fondazioni ITS
84	Camere di commercio hanno utilizzato uno o più strumenti per l'analisi dei fabbisogni professionali e formativi
3.680	corsi e/o seminari direttamente realizzati dalle Camere, per un totale di 125.429 ore di formazione (di cui 15.634 di stage) in favore di 81.249 partecipanti
65.664	utenti coinvolti nei servizi/attività di informazione e orientamento formativo e lavorativo (67 Camere attive)
23.775	studenti partecipanti nei servizi/attività per l'alternanza scuola-lavoro (78 Camere attive)
19.094	utenti dei servizi erogati dalle Camere per la formazione continua dei lavoratori occupati (25 Camere attive)
1.079	convegni, seminari, altri eventi e iniziative pubbliche in tema di formazione, orientamento, alternanza, università e lavoro
12.729	pubblicazioni, articoli, opuscoli e guide realizzati
30,2	milioni di € di interventi economici per la formazione e l'occupazione, di cui 1,1 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo

I dati aggiornati dell'Osservatorio camerale (Tav. 41) confermano come, anche per il 2011, pressoché ogni Camera abbia assicurato lo svolgimento di attività formative, in larga misura tramite l'operato delle proprie Aziende speciali o con il supporto di altre strutture del Sistema. In particolare, sono quasi 3.700 le azioni di formazione, tra corsi e seminari realizzati direttamente dalle Camere, per un totale di oltre 125.000 ore di lezione (di cui il 12% in tirocinio o stage aziendale), in favore di circa 81.000 allievi e per un ammontare di interventi economici pari a 30,2 milioni di euro. Quasi il 90% delle Camere attive ha svolto le proprie azioni anche intrattenendo rapporti di collaborazione con il sistema universitario, mentre circa 1/4 delle realtà (25 Camere) realizza attività per la formazione continua di occupati, a beneficio – nel 2011 – di oltre 19.000 utenti.

Tra gli utenti delle iniziative camerali per la formazione figurano in prevalenza lavoratori autonomi, imprenditori o aspiranti e nuovi imprenditori che complessivamente rappresentano oltre il 40% del complesso degli utenti. In significativa crescita anche le quote degli studenti di scuole superiori (circa 29%, +3 punti percentuali sul 2010) e di lavoratori già occupati come dipendenti, che si attestano ad oltre un quinto dell'utenza (Tav. 42).

Tav. 42: Utenti dei corsi/seminari formativi organizzati dalle Camere di commercio nel 2011
(% per tipologia)



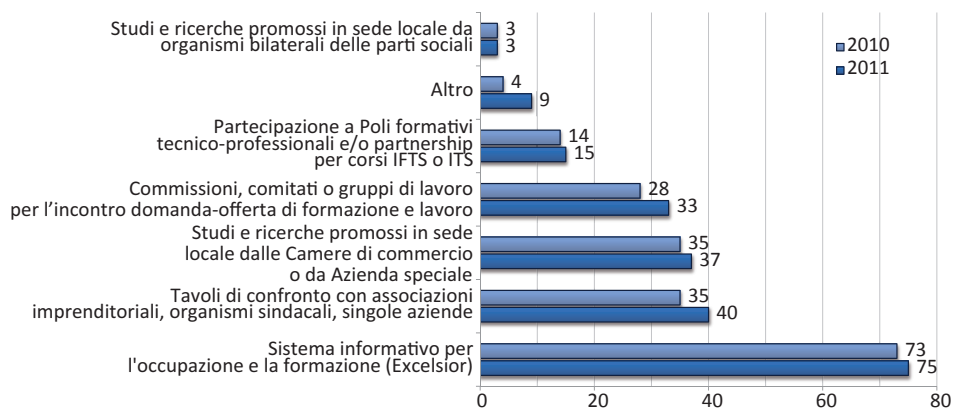
In costante sviluppo l'impegno delle strutture camerali negli altri ambiti collegati alla formazione. Il 70% delle Camere attive su questi temi (67 realtà) ha integrato e

arricchito la propria offerta con servizi e attività nel campo dell'**informazione** e dell'**orientamento scolastico universitario e lavorativo**, raggiungendo più di 66.000 utenti (+18% rispetto all'anno precedente). Potenziate anche le azioni volte a favorire l'**occupabilità dei giovani** in uscita dai percorsi formativi, anche attraverso lo strumento dei tirocini (55 realtà attive) e delle azioni di accompagnamento e incontro domanda-offerta di lavoro.

Forte è l'attenzione delle Camere riguardo a quelle azioni che si collocano a monte dei processi di formazione, orientamento e inserimento al lavoro, in quanto prope-deutiche e funzionali al loro buon esito, tra cui l'adozione di strumenti di analisi dei fabbisogni professionali e formativi, utilizzati da circa l'88% delle Camere attive. Tra questi il Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere in collaborazione con il Ministero del Lavoro, che vede l'ampio coinvolgimento della rete delle Camere di commercio, in sede sia di rilevazione sia di diffusione dei dati, che dal 1997 fornisce un quadro previsionale della domanda di figure professionali espressa dalle imprese, rappresentando ormai una fonte fondamentale per l'analisi delle tendenze evolutive del mercato del lavoro (excelsior.unioncamere.net).

In sintesi, per l'analisi dei fabbisogni collegati alla progettazione e realizzazione degli interventi formativi e delle azioni di orientamento, l'89% delle Camere attive (75 realtà su 84) si è basato su Excelsior, circa la metà ha dichiarato di aver organizzato tavoli di confronto con associazioni imprenditoriali, organismi sindacali o singole aziende (40 Camere), ovvero di aver fatto ricorso a studi e ricerche *ad hoc* (37 realtà). Il 40% circa si è avvalso di commissioni, comitati o gruppi di lavoro per l'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro, poco meno del 18% (15) ha tratto elementi utili dalla partecipazione a Poli formativi tecnico-professionali e/o partnership per corsi IFTS

Tav. 43: Strumenti per l'analisi dei fabbisogni professionali e formativi utilizzati nel biennio 2010-2011 dalle Camere di commercio
(n. Camere che utilizzano ciascuna tipologia)



(Istruzione formazione tecnica superiore) o ITS (Istruzione tecnica superiore), mentre è residuale il numero di strutture che fanno uso di studi e ricerche promossi localmente da organismi esterni (Tav. 43).

Proseguono le azioni sperimentali delle Camere a supporto della programmazione e progettazione formativa, avviate da un triennio a questa parte per favorire e sviluppare sul territorio i collegamenti tra mondo della formazione e del lavoro e per assicurare la realizzazione d'iniziative più coerenti con la domanda dei contesti produttivi.

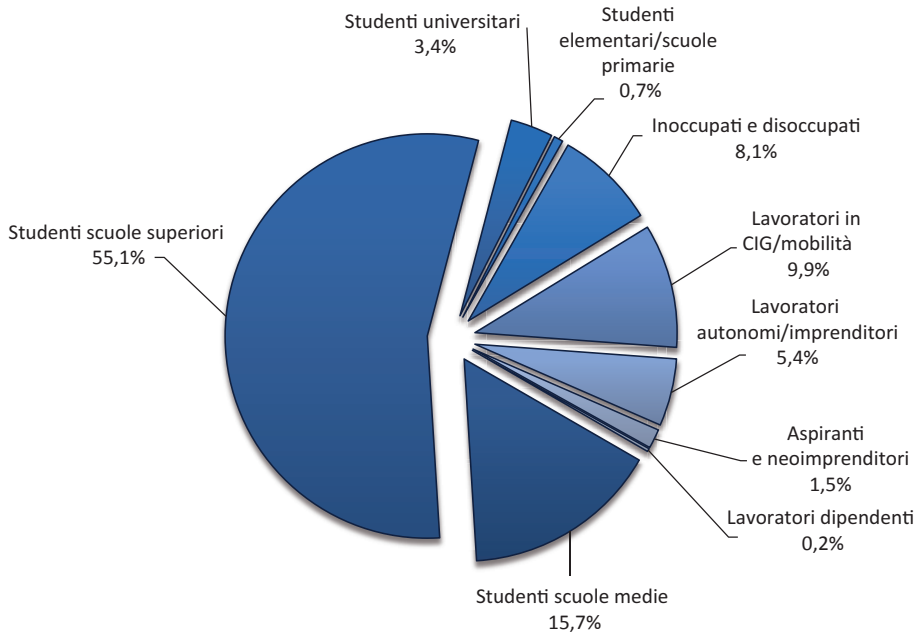
In questo ambito, lo sforzo del Sistema mira a promuovere l'attivazione presso le Camere di commercio di Laboratori territoriali permanenti, ovvero comitati, gruppi di lavoro o tavoli di dialogo, concertazione, proposta, progettazione, programmazione, indirizzo e monitoraggio degli interventi formativi e occupazionali. Il loro operato consente di arricchire l'offerta di percorsi di orientamento e alternanza per studenti delle scuole superiori e universitari nonché di aggiornamento e formazione continua per occupati, e di sperimentare strumenti e metodologie per la valutazione degli esiti formativi e occupazionali, anche in un'ottica di customer satisfaction e di riconoscimento e certificazione dei crediti formativi e delle competenze, tramite indagini sull'utenza, allievi e imprese.

La rete dei Laboratori si è consolidata nel 2011 in 73 province, seppure adottando modalità organizzative, linee realizzative e livelli di sviluppo fortemente differenziati in funzione delle peculiari situazioni ed esigenze locali. Molteplici gli obiettivi della loro azione: far emergere i fabbisogni di professionalità e le competenze necessarie allo sviluppo della competitività delle imprese; migliorare la qualità di risposta dei sistemi formativi (scuola, università, formazione professionale e continua), favorendo il coinvolgimento delle organizzazioni imprenditoriali e sindacali e dei diversi attori istituzionali; valorizzare il ruolo esercitato dal Sistema camerale quale anello di congiunzione tra sistema della formazione e mondo del lavoro, sviluppando le interazioni con i partner locali per assicurare la realizzazione di iniziative coerenti con i fabbisogni professionali e formativi delle imprese del territorio; fluidificare le dinamiche d'incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro.

Da Excelsior trae impulso anche l'attività di orientamento del Sistema camerale, consolidatasi negli ultimi anni anche tramite l'operatività di Jobtel (www.jobtel.it) il portale dell'orientamento di Unioncamere, che ben si raccorda con le altre fonti conoscitive istituzionali esistenti su formazione e mercato del lavoro. Excelsior e Jobtel rappresentano quindi due dei principali strumenti di base a disposizione degli operatori delle 67 strutture camerali (+3 rispetto al 2010) impegnate territorialmente nell'orientamento scolastico, universitario e lavorativo.

Il numero di utenti raggiunti nel 2011 dalle iniziative camerali in materia di orientamento formativo rimane stabile rispetto all'annualità precedente (Tav. 44); poco meno di 55.000 utenti, per lo più studenti delle scuole superiori (il 55%, +13 punti percentuali sul 2010), studenti delle scuole medie inferiori (circa 16%) e lavoratori in CIG o mobilità. Da evidenziare, comunque, come l'azione orientativa camerale si vada concentrando sempre più sul versante delle iniziative rivolte alla popolazione scolastica,

Tav. 44: Tipologia di utenti dei servizi/attività di informazione e orientamento formativo e lavorativo realizzati dalle Camere di commercio nel 2011



poiché alle altre categorie sono destinati, più di altri, i servizi erogati dalle Camere nel campo della "creazione d'impresa" dai Servizi o Punti nuova impresa, di cui a seguire. Ridotta, seppure in ripresa, rispetto agli anni precedenti, la quota degli studenti universitari (poco più del 3%).

In crescita le azioni di orientamento in collaborazione con gli istituti scolastici (Tav. 45) che si sono basate soprattutto sull'organizzazione di incontri di gruppo e seminari, convegni ed eventi pubblici, destinati sia agli utenti finali (persone in cerca di lavoro, studenti, giovani e loro famiglie), sia agli operatori. Cresce l'offerta di percorsi personalizzati di assistenza e consulenza orientativa, attraverso incontri e colloqui individuali, finalizzati al bilancio di competenze, alla somministrazione di test o di altri strumenti di autovalutazione ecc. (oltre 16.000 incontri nel 2011).

La consistenza di tali iniziative conferma il progressivo spostamento dell'impegno camerale dal versante puramente informativo-promozionale a quello dei servizi di consulenza e assistenza personalizzati per singoli utenti in cerca di opportunità di formazione e lavoro. Attivi, quasi ovunque, servizi specifici di informazione ed orientamento al lavoro indipendente (rivolti ad aspiranti imprenditori e lavoratori autonomi), nonché altre iniziative finalizzate alla diffusione della "cultura d'impresa".

A tal proposito va sottolineato che di recente, a livello centrale e sui territori, Unioncamere ha sperimentato nuovi strumenti e servizi di comunicazione orientativa mirati a scuole, famiglie, operatori di orientamento per proporre, in chiave semplificata e divulgativa, i dati Excelsior e, nel contempo, i principali elementi informativi sul nuovo quadro dell'offerta formativa derivante dal riordino dei cicli d'istruzione scolastica e universitaria. Tutto questo si accompagna alla partecipazione delle singole strutture camerali attive sul territorio a manifestazioni ed eventi specializzati organizzati da altri soggetti e partner istituzionali o in collaborazione con gli stessi.

Tav. 45: Principali dati sui servizi/attività di informazione e orientamento formativo e lavorativo delle Camere di commercio nel triennio 2010-2011

	2009	2010	2011
N. totale utenti	37.515	55.443	54.605
N. incontri individuali/colloqui di orientamento, consulenza e bilanci di competenza	7.068	14.494	16.376
N. incontri di orientamento di gruppo	678	932	1.031
N. seminari, convegni ed eventi pubblici	408	367	473
N. pubblicazioni, opuscoli e guide orientative realizzati	579	608	936
N. complessivo copie di pubblicazioni, opuscoli e guide orientative diffusi	138.807	206.888	405.797
N. istituti scolastici e formativi coinvolti nelle attività di orientamento	322	424	357

Tra queste iniziative, la realizzazione di un evento concretamente orientativo intitolato "JobDay – La Giornata del lavoro e del fare impresa", da realizzarsi in contemporanea nelle varie province italiane⁸, in cui i ragazzi delle province afferenti alle Camere che hanno aderito all'iniziativa di sistema su cui fa leva il progetto potranno fare esperienze di *job shadowing*, affiancando e osservando per un giorno un lavoratore in azione, al fine di esplorarne il mestiere.

Lo sviluppo della rete camerale per l'alternanza scuola-lavoro, ambito in cui le Camere di commercio detengono il ruolo istituzionale di soggetti da coinvolgere in sede di progettazione, attuazione e valutazione di questo tipo di percorsi formativi, nonché potenziali soggetti di convenzioni per l'accoglienza di studenti in tirocinio formativo, costituisce uno degli elementi più rilevanti nel quadro delle iniziative di orientamento e formazione. In poco meno di dieci anni dalla legge delega di riforma della scuola (legge 53/2003) il Sistema ha raggiunto una significativa maturità progettuale ed attuativa, sotto il profilo sia quantitativo sia qualitativo, affermandosi – in un lasso di tempo relativamente ridotto – come il primo (e per ora unico) network realmente nazionale di servizi per l'alternanza.

Tutte le iniziative intraprese in materia vedono territorialmente la costituzione o il rafforzamento di sistemi relazionali e organizzativi, spesso basati su apposite con-

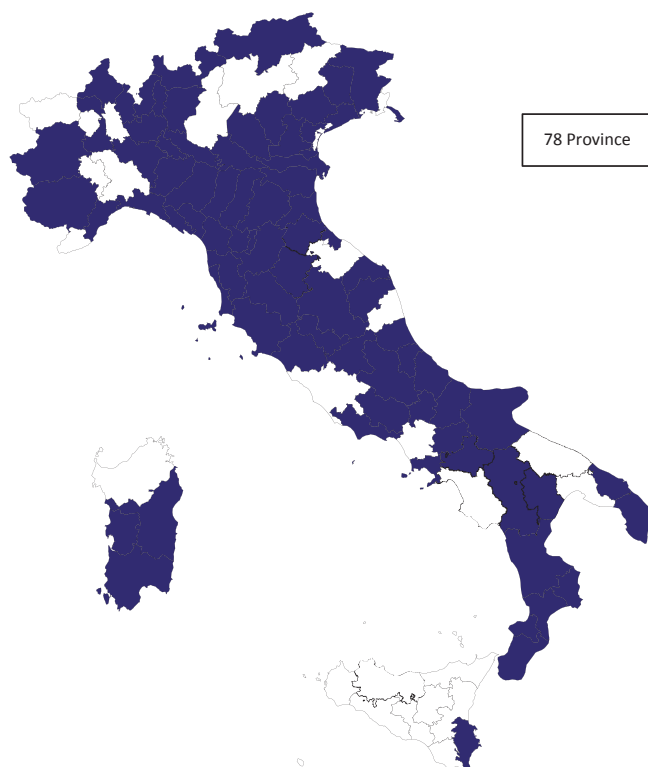
⁸ Il seminario di presentazione ed avvio operativo ufficiale della nuova iniziativa di sistema si è tenuto in Unioncamere il 20 dicembre 2011 e vi hanno partecipato circa 80 operatori del Sistema camerale.

venzioni che normalmente interessano almeno quattro tipologie di soggetti: le singole Camere o l'Unione regionale, l'Ufficio scolastico regionale, le singole scuole e le singole aziende, cui spesso si affiancano le associazioni di categoria e/o i competenti uffici degli enti locali (Regioni, Province, Centri per l'impiego, Comuni).

A riguardo, i dati dell'Osservatorio per il 2011 rilevano 78 Province coinvolte in progetti di alternanza scuola-lavoro con il concorso delle strutture camerali (con un recupero, rispetto al calo registrato nel 2010), per un numero complessivo di oltre 1.100 percorsi realizzati, oltre 400 scuole impegnate tra licei, istituti tecnici, professionali e d'arte, circa 24.000 alunni partecipanti (con una media di 58 alunni in alternanza per scuola) e più di 2.000 imprese coinvolte. Quasi 1.600 di queste ultime hanno ospitato in totale più di 3.200 studenti per esperienze di stage o tirocini aziendali (Tavv. 46 e 47).

Tra le principali attività formative entro i progetti di alternanza scuola-lavoro, vi sono i moduli formativi in aula di orientamento e cultura d'impresa e gli stage o tirocini in azienda (rispettivamente 42 e 35 Camere coinvolte nel 2011). Meno diffuse le visite aziendali (17), l'impresa formativa simulata (16 Camere) e altre attività pratiche laboratoriali.

Tav. 46: Mappa dei servizi e attività camerali per l'alternanza scuola-lavoro 2011



Tav. 47: Principali dati sui servizi/attività per l'alternanza scuola-lavoro delle Camere di commercio nel triennio 2010-11

	2009	2010	2011
N. percorsi realizzati	1.040	1.082	1.124
N. istituti scolastici coinvolti	386	439	412
N. complessivo di studenti partecipanti	18.260	19.594	23.775
N. imprese coinvolte nelle attività	2.293	2.749	2.106
N. studenti collocati in stage/tirocinio aziendale	2.902	3.072	3.282
N. imprese ospitanti stage/tirocini aziendali	1.939	1.971	1.592

Il Premio Unioncamere “Scuola, creatività, innovazione”: la forza delle giovani idee

Tra le altre iniziative di raccordo scuola-impresa, nel 2011 è stata avviata la sesta edizione del Premio “Scuola, creatività, innovazione” (2011/2012). Il Premio mira a rafforzare il trinomio ricerca-formazione-innovazione tecnologica e ha la duplice finalità di promuovere, sviluppare e coltivare nei giovani delle scuole superiori una propensione al pensiero creativo e all'innovazione e di sensibilizzare il mondo della scuola sulla rilevanza, per la crescita sociale ed economica dei territori, di un percorso educativo che tenga conto di temi quali creatività, innovazione, design e tutela della proprietà intellettuale.

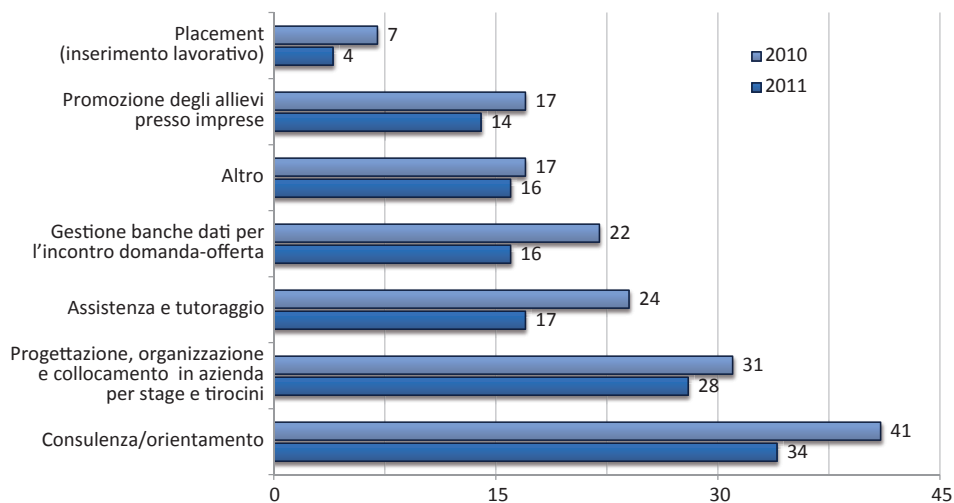
L'iniziativa – rivolta a studenti e insegnanti delle scuole superiori e dei corsi di istruzione tecnica superiore (ITS) e Istruzione e formazione tecnica superiore (IFTS) – prevede la possibilità di partecipare, proponendo idee concrete, realizzabili e sostenibili economicamente alla sezione “Prodotti e servizi innovativi” o “Design innovativo” (a loro volta suddivise in 3 aree tematiche: “Energia e ambiente”, “Beni culturali e territorio” e “Salute e sicurezza”). Grazie a un rafforzato impegno promozionale da parte delle Camere in fase di lancio, promozione e diffusione dell'iniziativa, vi è stato un sensibile aumento delle registrazioni al sito www.premioscuola.unioncamere.it (541 contro i 278 della V edizione) e quindi dei progetti iscritti e presentati in fase 1 (320, di cui 273 per “Prodotti e servizi” e 47 per “Design”, +62% rispetto alla V edizione), provenienti da 286 istituti scolastici di 86 province italiane e dalle scuole italiane all'estero di Barcellona e Asmara (cui va aggiunto il Liceo scientifico dell'Istituto italiano di Istanbul in partnership con il Liceo artistico Misticoni di Pescara), per un totale di 2.150 studenti partecipanti, dei quali il 43% ragazze e il 57% ragazzi, accompagnati da 400 docenti tutor.

A conclusione della prima fase, è stato costituito l'apposito Comitato tecnico scientifico, di cui hanno fatto parte anche un componente MiSE e MAE, insediatosi nel dicembre 2011 per valutare le 173 proposte che hanno portato a termine la fase 2, tra cui sono state selezionate le 50 proposte progettuali ammesse alla terza e ultima fase. La cerimonia di premiazione ha avuto luogo presso la sede di Unioncamere nel maggio 2012 (www.premioscuola.unioncamere.it).

Sebbene le Camere rientrino, pur se “in regime di particolare autorizzazione”, tra i soggetti abilitati a livello regionale allo svolgimento di attività volte a favorire l’incontro tra la domanda e l’offerta di lavoro, le stesse tendono ad operare sul territorio soprattutto quali “facilitatori” di tale incontro, erogando servizi volti a raccordare l’offerta e la domanda espresse dalle imprese, soprattutto grazie a stage e tirocini a carattere professionalizzante.

Secondo i dati dell’Osservatorio sono 55 le Camere di commercio che nel 2011 hanno svolto attività nel campo dei tirocini e altre azioni di accompagnamento per favorire l’incontro tra domanda e offerta di lavoro, per un totale di oltre 120 interventi, circa il 30% in meno rispetto all’annualità precedente (dato spiegabile nella minore capacità di assorbimento del sistema imprenditoriale, dovuta al perdurare della crisi) (Tav. 48).

Tav. 48: Servizi/attività di tirocinio, accompagnamento e incontro domanda-offerta di lavoro svolti dalle Camere nel biennio 2010-2011
(numero per tipologia)



Il modello di servizio proposto prevede, oltre alle ormai consolidate attività propedeutiche di analisi e informazione sui fabbisogni professionali e formativi delle imprese, interventi individuali di consulenza e orientamento (finalizzati anche ad analisi e bilancio delle competenze e conseguente formazione breve di adattamento delle stesse), attività di supporto progettuale e organizzativo per la fase di collocamento in azienda, di assistenza e tutoraggio nei confronti degli stagisti durante l’esperienza in azienda, di gestione di banche dati e del processo di abbinamento tra domanda e offerta di tirocini e promozione degli allievi presso le imprese. Marginali, ma comunque presenti, le esperienze relative all’offerta di servizi di placement, cioè fino all’effettivo inserimento lavorativo.

Dei circa 13.000 utenti raggiunti, in vario modo, da tali attività, il 42% è rappresentato da persone in cerca di prima o nuova occupazione contro un 6% di aziende alla ricerca di personale da assumere (percentuali in crescita del +30% e +60% in un solo anno). Sostanzialmente stabili i numeri di persone collocate in stage o tirocinio aziendale e di imprese ospitanti. La percentuale media di persone formate o assistite che ha trovato lavoro grazie all'attività camerale è pari al 28% e solo 330, rispetto ai circa 800 dell'anno precedente, i casi di collocamento, assunzione, inserimento o reinserimento di personale in azienda (Tav. 49).

Tav. 49: Utenti dei servizi/attività di tirocini, accompagnamento e incontro domanda/offerta di lavoro delle Camere di commercio nel triennio 2010-2011

	2009	2010	2011
Persone collocate in stage/tirocinio aziendale	3.956	4.449	4.329
Imprese ospitanti stage/tirocini aziendali	2.471	2.304	2.064
Imprese che si sono rivolte alla Camere per la ricerca di personale da assumere	734	496	795
Persone disoccupate/in cerca di prima o nuova occupazione che si sono rivolte alla Camere per ricerca di lavoro	5.070	4.220	5.477
Persone collocate/assunte/inserite o reinserite in azienda con rapporto di lavoro	286	792	330
Percentuale media di persone formate/assistite che hanno trovato lavoro grazie all'attività camerale	29%	31%	28%

Unioncamere ha anche messo a punto e rafforzato una serie di strumenti a sostegno delle iniziative camerali per la formazione, l'orientamento e la promozione di tirocini formativi. Dal 2003 è attivo il Sistema informativo POLARIS, un portale che consente la gestione on line di una "banca dati tirocini" per l'inserimento e la consultazione dei curricula di studenti e delle offerte di stage da parte delle aziende, nonché la condivisione di strumenti, informazioni e contenuti editoriali utili agli operatori e agli utenti dell'alternanza formativa.

I principali obiettivi del portale sono: favorire l'abbinamento tra domanda e offerta di tirocini formativi e dare visibilità agli sportelli POLARIS attivi in circa 90 Camere di commercio e Aziende speciali, attraverso mini siti provinciali accessibili dalla homepage di POLARIS e gestiti dagli operatori degli enti camerali. Anche l'ultimo anno si è chiuso per POLARIS con un bilancio positivo e in costante crescita: circa 58.900 le schede inserite nei database (28.100 curricula, 1.100 enti formativi, 8.700 aziende, 9.300 proposte di stage e 11.700 tirocini attivati).

Uno dei temi di crescente rilevanza nelle recenti strategie dell'Unione Europea per l'occupazione è rappresentato dalla formazione continua e permanente dei lavoratori occupati. Su questo fronte, le azioni delle Camere sono concepite per favorire partecipazione del personale e dei titolari delle PMI nei processi di aggiornamento delle conoscenze e delle competenze professionali anche attraverso un utilizzo integrato

e combinato di metodologie e tecniche didattiche innovative come la formazione a distanza (e-learning).

Tav. 50: Principali dati sui servizi/attività per la formazione continua dei lavoratori occupati svolti dalle Camere di commercio nel triennio 2009-11

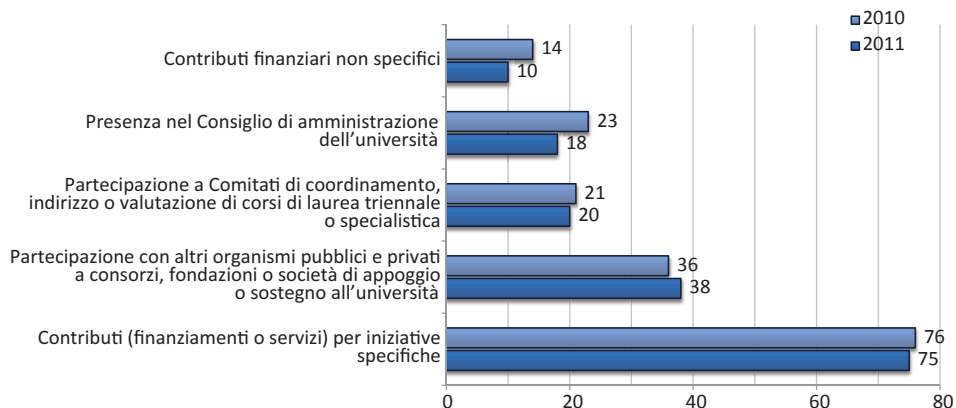
	2009	2010	2011
Corsi realizzati	1.457	1.565	1.578
Lavoratori partecipanti	20.387	15.226	19.094
Imprese coinvolte nelle attività	4.492	4.668	5.107

Nel 2011 il Sistema ha coinvolto oltre 24.000 soggetti, tra imprese e lavoratori, nelle proprie attività con una spiccata diffusione del fenomeno nelle realtà del Nord Italia, riguardo al numero sia di corsi realizzati sia di lavoratori ed aziende raggiunti. In particolare, le 25 Camere attive hanno realizzato, nel complesso, quasi 1.600 iniziative – molte delle quali in collaborazione con Universitas Mercatorum, l'Università telematica del Sistema camerale (www.unimercatorum.it) – finalizzate a formare e/o aggiornare complessivamente oltre 19.000 lavoratori, coinvolgendo nelle attività più di 5.000 imprese. Ancora poco frequenti la diffusione diretta di voucher formativi, in favore di lavoratori e imprese, e i rapporti con i Fondi paritetici interprofessionali delle parti sociali per la formazione continua.

La formazione universitaria è ovviamente strategica per lo sviluppo economico e sociale del Paese. In questo quadro, l'iniziativa intrapresa dal Sistema camerale con l'istituzione dell'Università telematica Universitas Mercatorum non è l'unica attivata sul versante universitario: a riguardo, infatti, tra i rapporti tradizionalmente consolidati dalle Camere di commercio con altri enti e istituzioni sul territorio, una posizione di rilievo meritano proprio quelli con il mondo accademico, anche in virtù della comune natura istituzionale di "enti autonomi funzionali". In molti casi le Camere hanno contribuito finanziariamente a iniziative di formazione e ricerca realizzate negli atenei e si sono impegnate nel sostegno ai processi di innovazione e di sviluppo locale e nel migliorare la rispondenza dell'offerta formativa accademica alle esigenze del mondo del lavoro e del territorio.

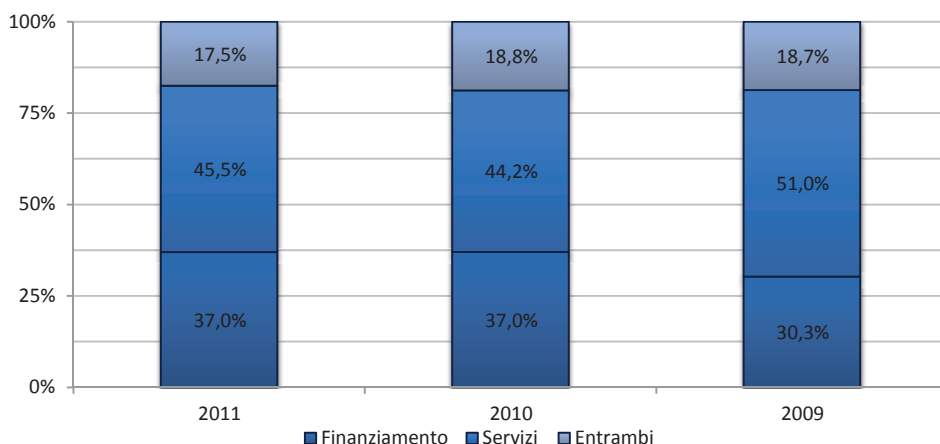
Nel 2011 sono 85 le realtà provinciali in cui si registrano collaborazioni tra il Sistema camerale e quello universitario. Si tratta in gran parte di rapporti sistematici, nell'80% dei casi frutto della sottoscrizione, attivazione o prosecuzione di appositi accordi formali. La modalità di collaborazione largamente prevalente (75 casi) è la concessione di contributi per iniziative specifiche (Tav. 51). In chiave politico-strategica, di particolare interesse per le Camere anche quel tipo di collaborazione connessa all'adesione a consorzi, fondazioni o società di sostegno all'università, nonché alla partecipazione a Comitati di coordinamento, indirizzo o valutazione di corsi di laurea triennale o specialistica e alla presenza nel consiglio di amministrazione delle università; più rara l'erogazione di contributi finanziari non specifici.

Tav. 51: Modalità di collaborazione con le università nel biennio 2010-2011
(n. Camere per tipologia)



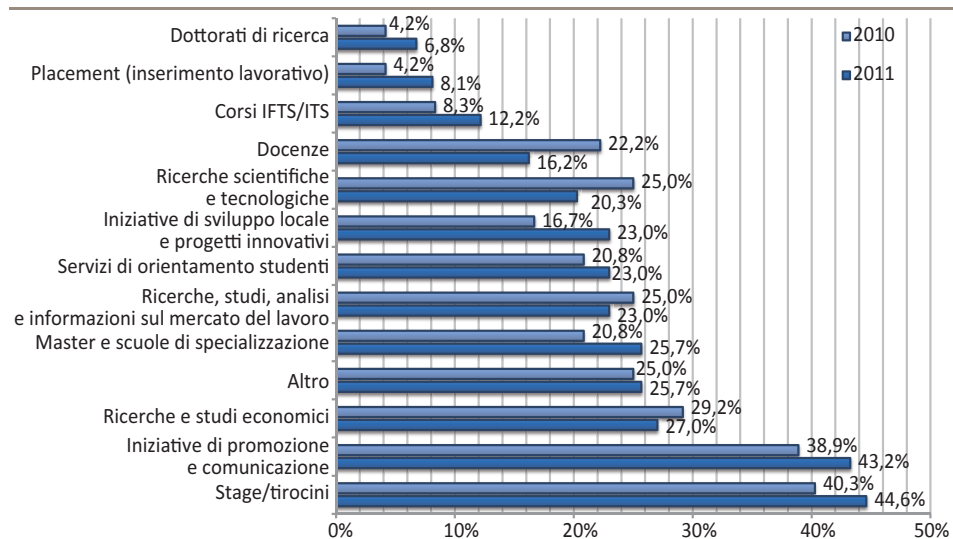
Il contributo alle attività realizzate in collaborazione con le università si sostanzia, per le Camere di commercio, nell'erogazione di servizi quale componente esclusiva (45,5%) o in abbinamento all'esborso di risorse finanziarie (nel 17,5% dei casi si tratta di entrambi i tipi); meno diffuso ma comunque rilevante (37%) risulta il sostegno con soli finanziamenti. Nel 2011, l'impegno finanziario dichiarato dalle Camere a favore delle università risulta pari a circa 2,5 milioni di euro (Tav. 52).

Tav. 52: Natura del contributo per le attività realizzate dalle Camere con le università nel triennio 2009-2011



Tra le 221 iniziative specifiche realizzate con le università, l'attività più praticata, e decisamente in crescita, è l'attivazione di stage e tirocini (in quasi il 50% dei casi di collaborazione – Tav. 53), cui fa sponda l'organizzazione di iniziative congiunte di promozione e comunicazione. Seguono le iniziative di ricerca, studio economico, l'attivazione di master e la collaborazione con scuole di specializzazione (intorno al 26% dei casi), le attività di analisi sul mercato del lavoro, di orientamento studenti, le iniziative di sviluppo locale e i progetti innovativi (23%) e di ricerca scientifica e tecnologica (20,3%). Poco diffuse le attività di placement (8,1%) e le iniziative che prevedono l'erogazione di borse di studio e dottorati di ricerca (6,8%). Quasi 1/3 delle Camere attive, infine, è stato consultato dalle università in sede di programmazione dell'offerta formativa, come previsto dall'art. 11 del d.m. 509/1999.

Tav. 53: Trend delle attività realizzate dalle Camere di commercio con le università nel biennio 2010-11 (% per tipologia)



Nel quadro delle recenti politiche in materia di istruzione e formazione, altro aspetto d'interesse è rappresentato dalla progressiva rilevanza che va assumendo il canale post-diploma (parallelo ai percorsi universitari) per la specializzazione tecnica superiore dei giovani e degli adulti diplomati, occupati e non occupati. Si tratta del sistema dell'Istruzione e formazione tecnica superiore (IFTS), cui le recenti innovazioni normative – orientate a individuare strumenti formativi idonei a consentire il progressivo rafforzamento della filiera tecnico-scientifica e dell'alta formazione professionale, nell'ottica di un sempre più stretto raccordo con le misure a sostegno della competitività e dello sviluppo economico – potranno conferire un forte impulso.

La normativa prevede che i percorsi dell'IFTS si realizzeranno nell'ambito di Istituti tecnici superiori (ITS), in futuro parte integrante dei nuovi Poli tecnico-professionali, grazie ai quali sarà realizzata una stabile ed organica diffusione della cultura scientifica e tecnologica a sostegno delle misure destinate allo sviluppo sociale, economico e produttivo. La novità e rilevanza di questo canale d'intervento pongono una riflessione sull'opportunità, per le Camere, di partecipare nelle compagini promotrici dei costituenti ITS, con l'obiettivo di sperimentare e mettere a punto possibili modelli di partecipazione alla governance delle fondazioni e di offerta di contributi e servizi, a partire dalle esperienze realizzate in questi anni tramite il Sistema informativo Excelsior, i percorsi di alternanza scuola-lavoro, i corsi IFTS e i Laboratori territoriali.

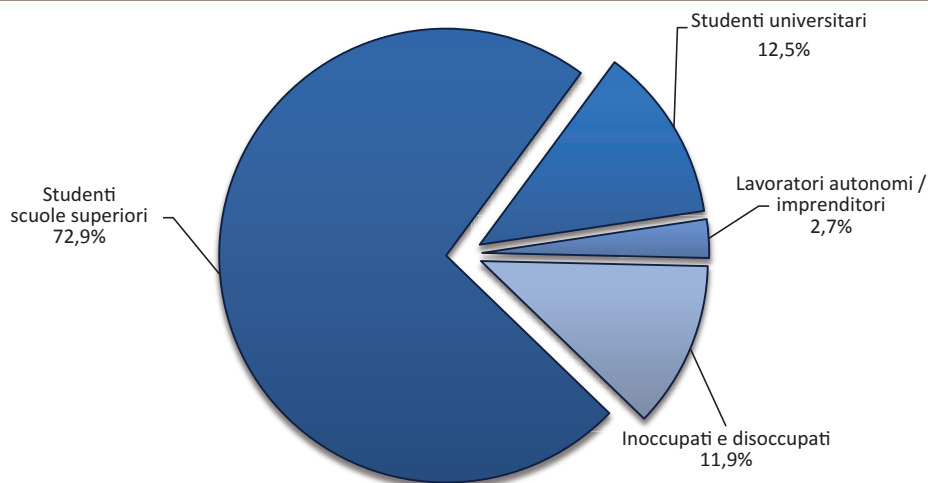
Alla luce della normativa recente, che completa il processo di liberalizzazione del collocamento e dei servizi al lavoro, le Camere di commercio hanno dato avvio ad un insieme di azioni volte a progettare ed attivare servizi d'intermediazione nel mercato del lavoro, in collaborazione con altri soggetti nazionali e territoriali (pubblici e privati) competenti per materia. Tale intervento troverà sostanza nella messa a punto di uno specifico modello di servizi del Sistema camerale, raccordato alla domanda e ai fabbisogni professionali espressi dalle imprese, con particolare attenzione per figure professionali tecniche altamente specializzate – richieste dalle imprese stesse – e collegate alle funzioni aziendali più strategiche per l'innovazione, lo sviluppo e la competitività.

Negli ultimi anni alcune strutture camerali hanno avviato un nuovo filone di intervento relativo alla promozione ed attivazione di stage internazionali a vantaggio di studenti italiani e stranieri, tramite i quali diffondere la cultura dell'internazionalizzazione, incoraggiare la mobilità transnazionale e sostenere la formazione di risorse umane preparate per interagire in ambito internazionale.

Questo tipo di intervento – realizzato in collaborazione con le università, gli Uffici scolastici regionali, scuole, centri studi, Province, Regioni, aziende, associazioni imprenditoriali, agenzie di sviluppo locale, incubatori d'impresa e con la rete delle Camere di commercio italiane all'estero – si pone in linea con la domanda di competenze espressa dalle imprese e che intende offrire ai giovani la possibilità di prepararsi al meglio per l'ingresso in un mercato del lavoro sempre più globalizzato. In tale ambito, si promuove la messa a punto e lo sviluppo di modelli e percorsi di alternanza aperti alla dimensione internazionale, incentrati su stage e tirocini formativi e di orientamento anche all'estero e/o in contesti produttivi internazionali, destinati a ragazzi italiani delle scuole superiori e universitari, come parte integrante del loro curriculum di studi, come quelli già realizzati, ad esempio, dalle Camere di Verona, Padova, Vicenza, Reggio Calabria, Macerata, Siena e Potenza.

Nel 2011 sono 11 le Camere che hanno realizzato questo tipo di esperienze, coinvolgendo in totale 765 giovani, per la stragrande maggioranza studenti delle scuole superiori (quasi il 73%, più del doppio rispetto all'annualità precedente), seguiti dagli studenti universitari e da inoccupati e disoccupati (Tav. 54). Il resto dell'utenza è costituito da aspiranti o neoimprenditori. Il tutto per un investimento di risorse pari a circa 1,4 milioni di euro complessivi.

Tav. 54: Tipologia di utenti dei percorsi di stage e alternanza all'estero e in contesti internazionali organizzati dalle Camere di commercio nel 2011



Nel corso del 2011 è proseguita la riflessione per sviluppare nuove iniziative di formazione in Italia e nei Paesi di origine di laureati, tecnici e lavoratori qualificati stranieri, al fine di favorire la conoscenza di altri mercati del lavoro e altre economie, il perfezionamento linguistico e il dialogo interculturale.

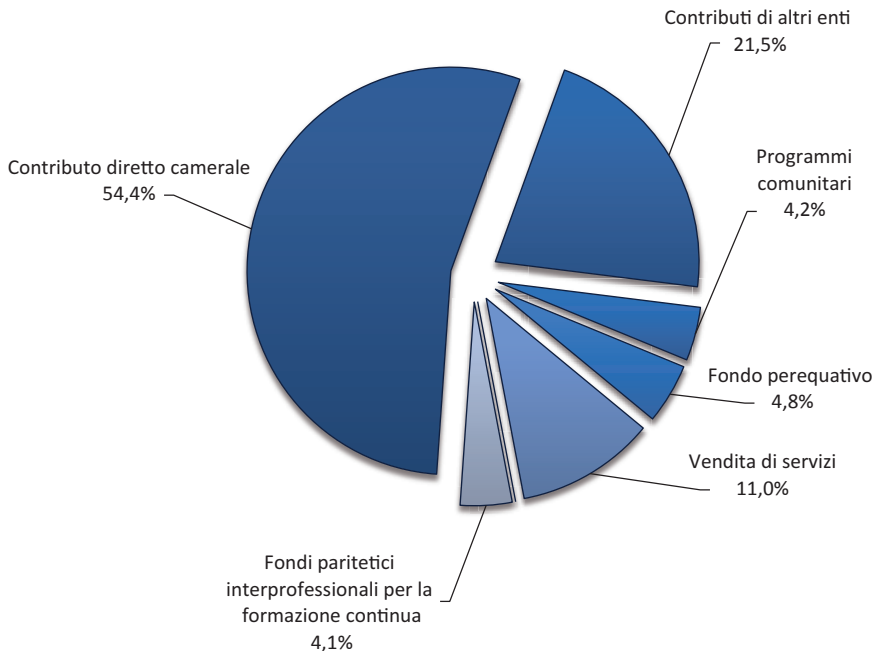
Tale tipo di iniziativa, oltre a costituire un elemento rilevante delle nuove politiche di attrazione delle alte professionalità straniere in Italia, nasce dall'esigenza sempre più sentita da parte delle imprese di disporre di personale adeguatamente qualificato e in possesso di competenze utili ad affrontare i processi di internazionalizzazione e globalizzazione e a muoversi agevolmente in ambienti transnazionali. Il tutto quale condizione indispensabile per aprire nuovi sbocchi commerciali, rafforzando e migliorando la presenza delle imprese italiane nei mercati esteri (anche come promozione del made in Italy) e sviluppando la capacità delle aziende e dei lavoratori di interfacciarsi, sia nei processi di vendita e distribuzione sia in quelli di acquisizione e produzione, con imprese, lavoratori, consumatori, sistemi economici e normativi stranieri.

Nell'ultimo anno numerose attività poste in essere dal Sistema camerale si sono collocate nel quadro complessivo degli interventi anti crisi, anche in collegamento e in attuazione dell'Accordo di programma tra Unioncamere e MiSE (cfr. box a p. 127), attività destinate a sostenere l'occupazione proprio valorizzando le opportunità offerte dalle forme di autoimpiego nonché aiutando le imprese esistenti in difficoltà e i loro lavoratori con interventi e strumenti concreti per salvaguardare e valorizzare le risorse umane e la loro "occupabilità" (anche finanziando fondi per l'anticipazione delle indennità di Cassa integrazione guadagni o erogando contributi e incentivi per la formazione e l'assunzione di personale qualificato o riqualificato).

Il programma ha consentito di sperimentare e dare nuovi impulsi per interessanti sviluppi di questo intero filone di attività, contribuendo in modo importante al potenziamento delle "politiche attive del lavoro". Tra gli obiettivi più a medio e lungo termine di tale tipologia di iniziativa vi sono, in generale, la promozione e valorizzazione della "cultura d'impresa", divenuta negli ultimi anni una componente importante anche nelle iniziative e nell'offerta di servizi delle Camere destinate a studenti e operatori di scuole e università.

Le azioni realizzate potranno senz'altro favorire, in prospettiva, un processo di sviluppo e qualificazione degli interventi camerali volti a rafforzare e potenziare, non solo a fronte della crisi, ma anche a regime, i servizi destinati a promuovere e sostenere l'imprenditorialità, l'occupazione e la valorizzazione del capitale umano come componenti essenziali delle dinamiche di sviluppo locale. Tutto ciò rende opportuno creare le adeguate sinergie per la realizzazione e l'integrazione tra le varie attività di cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie e quelle di supporto per l'incontro tra domanda e offerta sul mercato del lavoro, ma anche con la rinnovata attenzione del Sistema camerale per le politiche di sostegno all'autoimpiego e all'autoimprenditorialità.

Tav. 55: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di Formazione, orientamento, alternanza, università e lavoro nel 2011



Sotto il profilo finanziario, infine, le attività promosse e realizzate dalle Camere in materia di formazione, orientamento, università e lavoro derivano la loro copertura (per il 60%) prevalentemente dal bilancio dell'ente-Camera o dal Fondo perequativo, a fronte di un 25% circa derivante da finanziamenti comunitari e contributi della pubblica amministrazione centrale e locale che risulta in calo, e di poco meno dell'11% ottenuto dalla vendita di servizi sul mercato. Marginale l'accesso a finanziamenti privati (imprese, fondazioni e sponsor) e alle risorse dei Fondi paritetici interprofessionali per la formazione continua (Tav. 55). Il tutto per un ammontare complessivo di interventi economici monitorati dall'Osservatorio di circa 30,2 milioni di euro.

Progetti locali in tema di "Formazione, orientamento, università e lavoro"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Raccordo scuola-azienda: diffusione e sviluppo della cultura d'impresa	Altro ente pubblico
Arezzo	Consumare ad occhi aperti	Associazioni dei consumatori, Ordini professionali, altro ente pubblico, altro
Ascoli Piceno	Going 2011: giornate di formazione e orientamento	
Avellino	Incentivi alle imprese per l'attivazione di tirocini formativi e la formazione professionale	Associazioni di categoria, Provincia, università
Benevento	Corso di formazione per sommelier	
Catanzaro	Progetto pilota di formazione e inclusione sociale per le categorie svantaggiate e in particolare per le minoranze rom	Regione
Cosenza	Scuola e impresa: un binomio per favorire lo sviluppo locale	Altro
Cremona	Bando a sostegno dell'occupazione	Associazioni di categoria, Provincia, altro
Cuneo	Università telematica: alta formazione e formazione continua	Università, imprese, altro
Ferrara	Sostegno finanziario al Comitato sostenitori Università Ferrara	Associazioni di categoria, università, imprese
Firenze	Diffusione della cultura economica e d'impresa nelle scuole medie superiori della provincia di Firenze	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Provincia, università, altro ente pubblico, imprese
Frosinone	Progetto Greenenergy – Carica: colonnine di ricarica per veicoli elettrici e ibridi plug-in	Università, imprese
Gorizia	Young 2011, Salone del lavoro e delle professioni	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Ministero, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università

Progetti locali in tema di "Formazione, orientamento, università e lavoro"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Imperia	Formaports	Camera di commercio (diversa dalla rispondente), Camera di commercio estera, istituto/centro di ricerca
La Spezia	La tua idea di impresa	Associazioni di categoria, imprese, altro
Lecco	Costituzione della fondazione per la salvaguardia della cultura industriale Antonio Badoni	Associazioni di categoria, istituto/centro di ricerca, imprese
Lucca	Seminario Le reti di impresa: opportunità di crescita per le PMI	Associazioni di categoria, Ordini professionali
Macerata	Visite studio estere presso Camera di commercio italiana a Londra e Glasgow e aziende londinesi e scozzesi	Camera di commercio estera, imprese
Milano	Piani formativi finanziati dai fondi interprofessionali	Associazioni di categoria, imprese
Modena	Lavoro estivo guidato 2011	Provincia
Monza e Brianza	Enter Distretto Green & High Tech	Regione, Provincia
Padova	Oggi e domani imprenditore	
Palermo	Desk Siria PO FESR 2007-2013	Camera di commercio estera, università
Pescara	Master di II livello in Diritto ed economia del mare	Università
Pistoia	Impresa in azione	Unioncamere regionale, altro
Pordenone	Work Experience	Regione
Potenza	Xenos. Gioventù e democrazia in Europa – Le Olimpiadi per l'apertura, la tolleranza e la democrazia	Altro ente pubblico, altro
Prato	Impresa in azione	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Ragusa	Corso di formazione per la creazione di figure professionali a sostegno delle imprese locali	Unioncamere regionale
Ravenna	Orientascuola	Unioncamere regionale, altro ente pubblico
Reggio Calabria	Move to Future	Camera di commercio estera, altro
Rimini	La città dei mestieri, un ponte fra scuola e impresa	Associazioni di categoria
Roma	KN3	Associazioni di categoria, Comune, università, imprese
Rovigo	Corso per futuri e neoimprenditori	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, Ministero, altro
Siena	Scienze + economia = impresa	Imprese

Progetti locali in tema di "Formazione, orientamento, università e lavoro"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Terni	Accordo di collaborazione CCIAA di Terni-Provincia di Terni-Università PG Polo scient. e didat. di Terni	
Torino	Scuolav	Associazioni di categoria
Trieste	Fiera delle professioni 2011	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, Ordini professionali, Ministero, Regione, Provincia, Comune, università, imprese
Udine	Alternanza scuola lavoro: Young 2011, Salone della formazione e dell'orientamento al lavoro	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Ministero, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università
Venezia	Gioca le tue carte	Associazioni di categoria, Provincia, università, altro ente pubblico
Verona	Short Master sales and service management	
Vibo Valentia	Accreditamento sala formativa camerale	
Vicenza	Match	Ministero, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), Camera di commercio estera, università

2.8 Il sostegno all'imprenditorialità

Le attività ed iniziative realizzate dalle Camere in ambito formativo rappresentano uno degli elementi centrali di quell'offerta integrata di servizi di sostegno alla creazione d'impresa che costituisce uno dei più tradizionali ambiti dell'agire camerale in favore del territorio, inserendosi nella più ampia strategia europea di promozione, sviluppo e consolidamento dell'imprenditorialità.

Per loro natura e *mission* istituzionale, infatti, le Camere rappresentano un efficace punto di snodo per la diffusione della cultura d'impresa e delle competenze imprenditoriali necessarie a chi intenda mettersi in proprio o semplicemente assumere "atteggiamenti imprenditivi" nella ricerca e nell'esercizio della propria occupazione. In quasi tutte le realtà camerali, infatti, sono presenti servizi e sportelli dedicati alle azioni di informazione, orientamento, formazione e assistenza tecnica per aspiranti imprenditori e lavoratori autonomi.

Si tratta, tuttavia, di un ambito di attività rafforzato dal ritorno di attenzione rispetto al tema della creazione d'impresa e dell'autoimpiego nei processi di *job creation*, a livello sia nazionale sia comunitario, dovuto all'esigenza di affrontare l'attuale stato di crisi tramite uno spostamento dalle sole "politiche passive" alle "politiche attive del lavoro", tese dunque all'imprenditività, alla mobilità e alla creazione di nuovi posti e opportunità professionali.

Favorire il potenziamento di tali politiche comporta anche un sistema efficace di inserimento, qualificazione, riqualificazione e reimpiego per cui risulta necessario un nuovo utilizzo degli ammortizzatori sociali, secondo una visione di welfare promozionale nel quale la ricerca attiva del lavoro, l'aggiornamento e la formazione permanente a salvaguardia dell'occupabilità siano componenti essenziali. Nel complesso, pertanto, si tratta di iniziative in linea con uno dei pilastri della Strategia europea per l'occupazione e ben inserite nel solco di uno degli ambiti più tradizionali d'impegno delle strutture camerali.

Tav. 56: I numeri di "Servizi per l'imprenditorialità"

95	Camere di commercio hanno erogato, nel corso del 2011, servizi per il supporto allo sviluppo dell'imprenditorialità di cui 42 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 5 con il supporto di altre strutture camerali (Aziende speciali di altre Camere, fondazioni ecc.)
85	Camere attive nella promozione e nel supporto dell'imprenditoria femminile
17	Camere si sono attivate per il supporto e promozione di nuove imprese di immigrati
23	Camere hanno svolto attività specifiche per il supporto alla trasmissione d'impresa
84	attività specifiche di supporto per lo sviluppo di nuove imprese di cui 32 convegni e 52 seminari, riunioni e incontri tecnici
492	aspiranti imprenditori hanno usufruito dei servizi Business Innovation Center (BIC) camerali; 31 le nuove imprese nate nell'ambito dei BIC
1.580	imprese in crisi o in difficoltà beneficiarie delle attività svolte dalle Camere (17 Camere attive)
9,8	milioni di € di interventi economici per il sostegno all'imprenditorialità, di cui 1,8 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo

Quasi ogni Camera, nel 2011, dichiara di aver svolto attività riguardanti la promozione di nuove imprese, nella metà dei casi delegando la propria Azienda speciale o avvalendosi comunque della collaborazione di altre strutture camerali (Tav. 56).

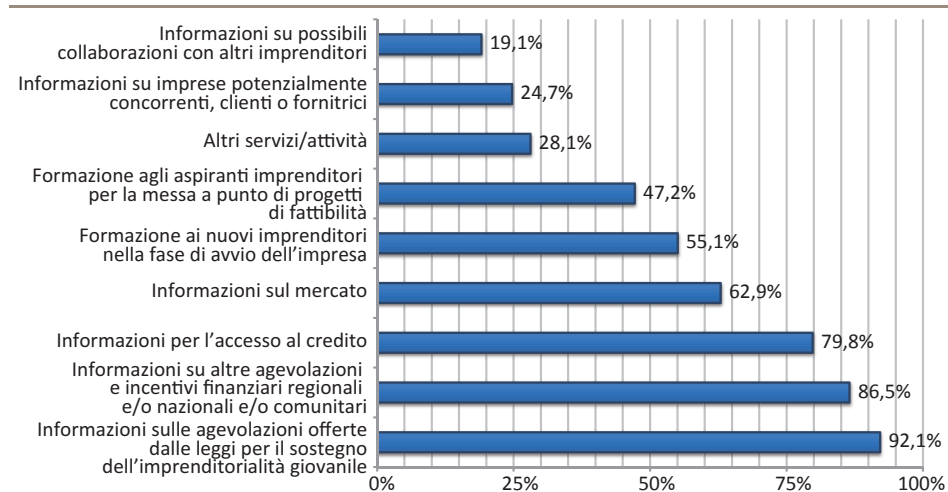
I servizi a favore dell'imprenditorialità si caratterizzano poi per una forte trasversalità con altri ambiti di azione camerale, che ne arricchiscono l'efficacia: le principali sinergie si trovano con le attività del Registro delle imprese (sia dal lato "amministrativo" sia dal lato "statistico"), con le attività di formazione, sviluppo e valorizzazione del capitale umano (alternanza scuola-lavoro, politiche attive del lavoro, orientamento al lavoro, formazione continua, aggiornamento e qualificazione delle risorse umane), nonché con tutti i vari altri comparti dei servizi alle imprese: innovazione, sviluppo locale, internazionalizzazione, infrastrutture, finanza e credito.

L'offerta trova presidio e si struttura nelle attività dei Punti o Servizi nuova impresa che – in coerenza con i fabbisogni espressi dal territorio – svolgono attività di sportello a contenuto informativo e promozionale (su credito, agevolazioni di fonte pubblica, dati ed opportunità di mercato), di orientamento al lavoro indipendente, di formazione, assistenza tecnica ed accompagnamento alla redazione del business plan, e al successi-

vo start-up imprenditoriale, nonché – in misura minore ma in crescita nel quadro delle recenti misure anti crisi – di erogazione di contributi all'avvio d'impresa.

Questo "impianto", opportunamente contestualizzato e rivisitato in ciascun territorio, ha consentito di ottenere risultati significativi anche nel 2011, grazie a una costante attenzione ai bisogni dell'utenza e alla capacità di interpretare le evoluzioni in atto. Si mantiene stabile l'impegno delle diverse realtà camerali sia nella tipologia sia nella quantità dei servizi erogati: continuano a prevalere nettamente le informazioni sulle agevolazioni e gli incentivi finanziari (fornite dalla quasi totalità delle strutture camerali), seguite dalle informazioni per l'accesso al credito e da quelle sul mercato, dalle attività di formazione ai neoimprenditori nella fase di avvio dell'impresa e agli aspiranti imprenditori per la messa a punto di progetti di fattibilità (Tav. 57).

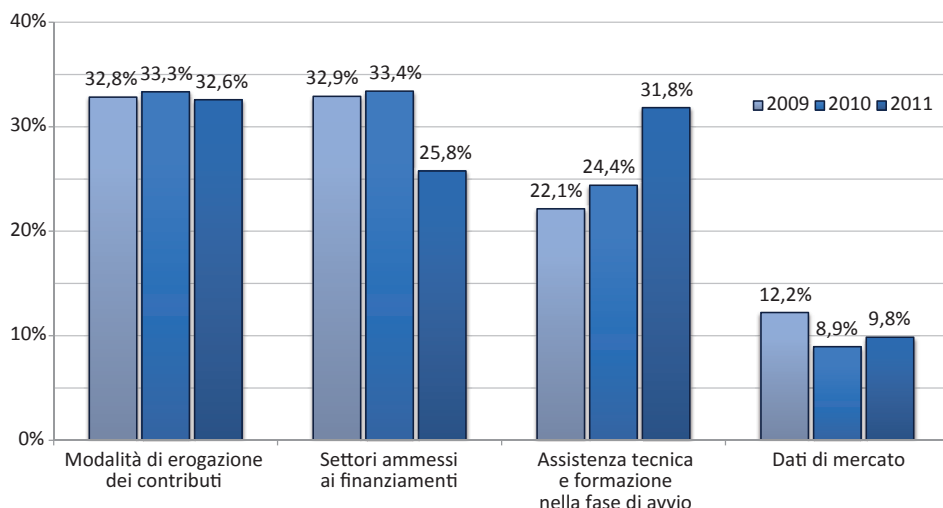
Tav. 57: Servizi formativi ed informativi delle Camere per gli aspiranti imprenditori nel 2011
(% Camere per tipologia)



Nel tempo, gli sviluppi tecnologici e la presenza di altri soggetti, pubblici e privati, che offrono servizi agli aspiranti imprenditori hanno fatto evolvere i servizi camerali sia nella direzione del maggiore utilizzo della rete internet per le relazioni con l'utenza (tramite i servizi del nuovo "SNI on line") e della messa a disposizione di strumenti e banche dati, sia nell'avvio di partenariati con gli altri attori del territorio: dai BIC – Business Innovation Center – alle altre Agenzie di sviluppo locale, fino ai Centri provinciali e alle Agenzie regionali per l'impiego. Negli ultimi anni si evidenzia altresì la tendenza alla specializzazione dei servizi, che si rivolgono con strumenti e prodotti *ad hoc* a determinate utenze, portatrici di esigenze specifiche, e a taluni aspetti dell'imprenditorialità, che meritano di essere trattati con attenzione particolare.

È il caso, ad esempio, dell'imprenditorialità giovanile, alla cui promozione si dedica circa la metà delle Camere di commercio impegnate in questo ambito. I servizi richiesti più di frequente dai giovani aspiranti imprenditori riguardano prioritariamente le informazioni sulle modalità di erogazione dei contributi e sui settori ammessi ai finanziamenti (nell'insieme 2/3 del totale). Per il resto si tratta di servizi informativi relativi a dati di mercato ma soprattutto di assistenza tecnica e formazione nella fase di avvio. Quest'ultimo tipo di servizi è erogato da poco meno di 1/3 delle strutture camerali, facendo registrare un forte incremento, pari a oltre 7 punti percentuali, nel solo ultimo anno e di quasi 10 punti percentuali rispetto al dato 2009 (Tav. 58).

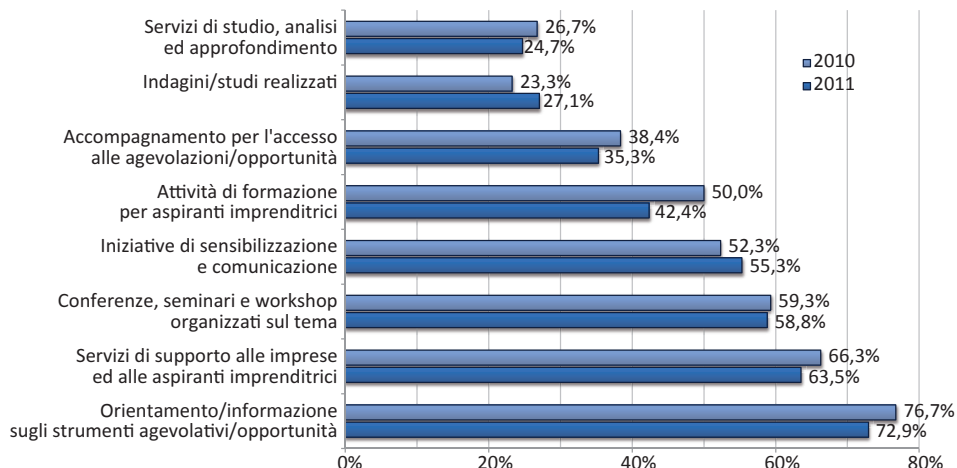
Tav. 58: Informazioni richieste con maggiore frequenza nell'ambito della promozione dell'imprenditorialità giovanile, trend 2009-2011
(% per ambito informativo)



Altro ambito specifico di rilievo dell'azione camerale è rappresentato dall'imprenditorialità femminile per la quale il Sistema è "tradizionalmente" impegnato in attività di carattere promozionale, realizzate attraverso appositi Comitati per l'imprenditoria femminile (CIF) costituiti in quasi tutte le Camere di commercio, in favore delle donne che intendono avviare un'attività in proprio.

Tra i servizi erogati, spiccano quelli di carattere informativo incentrati – per il 73% degli enti attivi – sui temi della finanza agevolata (Tav. 59). Oltre la metà delle Camere ha poi organizzato incontri tematici ed iniziative di sensibilizzazione finalizzati alla promozione della componente imprenditoriale femminile, mentre occupano uno spazio più residuale nel pacchetto della programmazione i filoni della formazione e dell'accompagnamento per l'accesso alle agevolazioni, nonché le indagini e i servizi di studio.

Tav. 59: Imprenditoria femminile: i servizi delle Camere di commercio in favore delle aspiranti imprenditrici nel biennio 2010-2011
(% Camere per tipologia di servizio)



Quasi l'85% delle Camere ha lavorato nel 2011 nella direzione di raccordare sempre di più la programmazione sia annuale sia di mandato dei CIF con quella dell'ente di appartenenza. Si conferma quindi la percezione positiva del Comitato quale utile strumento per favorire le sinergie e le collaborazioni non solo tra le imprese, ma anche con le associazioni e le istituzioni impegnate sul territorio nella promozione dell'imprenditoria femminile.

L'integrazione tra Camere e Comitati, presente in gran parte del territorio e in misura anche maggiore rispetto al 2010, rappresenta di fatto una buona pratica. In oltre l'80% dei casi il Comitato è il soggetto attraverso cui la Camera organizza l'insieme delle attività camerali finalizzate alla diffusione della cultura imprenditoriale presso le donne.

Nel 2011 – oltre alla progettazione e organizzazione dell'edizione della consolidata manifestazione itinerante del "Giro d'Italia delle donne che fanno impresa" – con 7 tappe territoriali presso le Camere di commercio di Macerata, Arezzo, Vicenza, Ferrara, Avellino, Reggio Calabria e Aosta – Unioncamere ha avviato la sperimentazione presso alcune realtà camerali delle linee guida del Bilancio di genere, strumento che fornisce una chiave di lettura di come l'operato di un'organizzazione – che agisce apparentemente in maniera "neutra" nei confronti dei propri stakeholder – in realtà produca effetti diversi sugli uomini e sulle donne.

Il modello progettuale, sviluppato da Unioncamere, con il supporto di Retecamere, è stato diffuso alle Camere di commercio, fornendo indicazioni circa l'impianto da costruire secondo criteri e modalità omogenei. Le linee guida predisposte per le Camere sono state presentate da Unioncamere nel luglio 2011 in un'audizione presso la CiVIT, ed oggi il modello proposto è in sperimentazione presso 5 realtà camerali (Ancona, Campobasso,

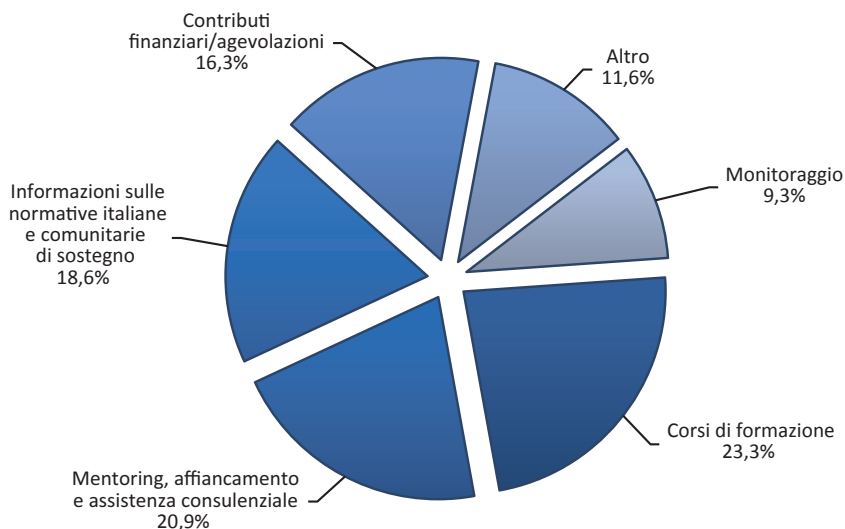
Pordenone, Terni, Salerno). La sperimentazione è giunta fino alle fasi di pianificazione e programmazione con l'inserimento di obiettivi di genere nei piani della performance e ha visto un attivo coinvolgimento dei locali CIF.

Si conferma, anche per il 2011, l'attenzione delle Camere di commercio verso la promozione ed il sostegno all'imprenditorialità straniera, soprattutto di cittadini extra-comunitari e neocomunitari.

Le azioni delle 17 Camere attive si concretizzano, tra l'altro, nella realizzazione di studi e ricerche quantitative e qualitative sul fenomeno tramite la partecipazione alla redazione degli Osservatori regionali e provinciali sulle migrazioni, con i dati delle imprese a titolarità straniera estratti dal Registro delle imprese, ma anche attraverso iniziative di ricerca più specifiche. Di interesse anche la redazione e diffusione di guide di accompagnamento all'imprenditorialità per aspiranti e neoimprenditori stranieri, nonché la realizzazione di progetti pilota o di sperimentazioni mirati a favorire la successione di imprese artigiane da cittadini italiani a cittadini stranieri, desk e sportelli di accoglienza che forniscono informazioni indirizzate all'utenza straniera, sia di primo livello (ad esempio su come iscriversi alla Camera di commercio, ottenere la partita IVA e aspetti relativi al permesso di soggiorno), sia più mirate all'avvio di precise attività d'impresa.

Tra i temi di rilievo su cui potrà incentrarsi, soprattutto in prospettiva, l'intervento camerale (ad oggi il 22% di enti risulta attivo su questo tema) riguarda il sostegno alla trasmissione d'impresa e al passaggio generazionale, problema che coinvolge oggi in Europa milioni di aziende, prevalentemente di piccola e micro dimensione. Il tema è

Tav. 60: Trasmissione d'impresa: le attività svolte dalle Camere di commercio nel 2011
(% per tipologia)



particolarmente complesso e implica azioni coordinate sui diversi territori; alla luce di ciò il Sistema camerale rappresenta il soggetto ideale per affrontare tale problematica, in un'ottica di sistema e di supporto esteso.

Nel settore, le Camere offrono azioni e servizi di mentoring e di affiancamento/assistenza consulenziale per garantire la continuità di imprese a rischio di chiusura, nei casi in cui non sia possibile il passaggio generazionale in ambito familiare. Questo tipo d'intervento fonda dunque i suoi obiettivi sulla trasmissione d'impresa a risorse esterne, promuovendo e agevolando l'incontro tra cedente e subentrante. A ciò si aggiunge un insieme di misure di sostegno ed assistenza personalizzata a imprenditori e imprese in difficoltà, promosse soprattutto negli ultimi due anni da diverse Camere (Tav. 60).

L'Accordo di programma MiSE-Unioncamere per l'autoimprenditorialità e lo sviluppo del microcredito

L'Accordo di programma con il Ministero dello Sviluppo Economico per il 2011 ha conferito centralità ad azioni che hanno puntato al sostegno dell'occupazione, all'auto-imprenditorialità, alla creazione di nuove imprese innovative, femminili, giovanili e sociali e allo sviluppo del microcredito, dando continuità alle azioni condotte nel corso del 2010.

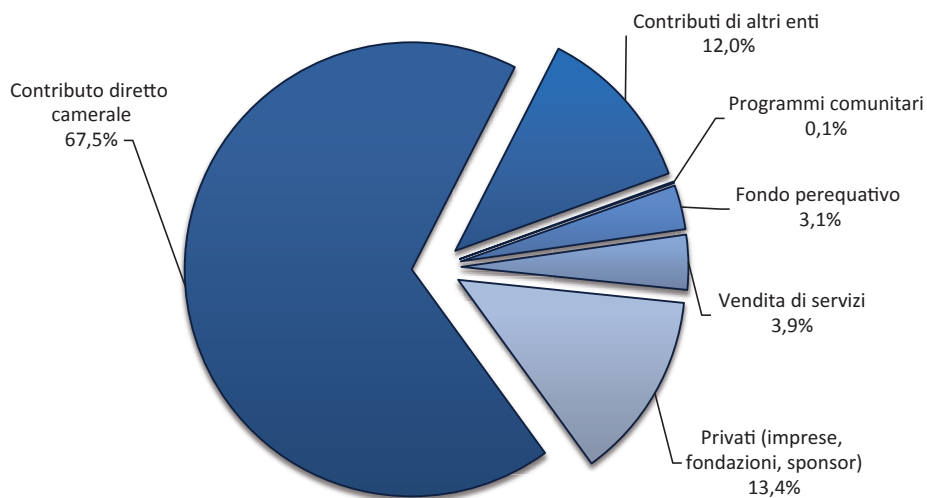
Le Camere di commercio si sono poste anzitutto l'obiettivo di agevolare lo sviluppo del mercato del microcredito in Italia, attraverso la creazione di fondi di garanzia specificamente dedicati e programmi di abbattimento degli interessi sui microfinanziamenti. Ma rispetto all'anno precedente, l'Accordo di programma 2011 ha focalizzato l'azione di microcredito a favore della creazione delle nuove imprese che spesso incontrano maggiori difficoltà nell'accesso ai finanziamenti rispetto ad aziende che hanno una "storia" da presentare agli istituti bancari.

In particolare poi, il focus, nell'ambito delle nuove imprese, è stato indirizzato verso le imprese a titolarità femminile, le imprese innovative, le imprese giovanili e quelle sociali. Tali tipologie di azienda costituiscono infatti risorse imprescindibili per rilanciare l'economia del nostro Paese.

Sono stati ben 60 i progetti presentati a valere sull'Accordo di programma 2011 (che quindi hanno coinvolto 60 realtà camerali tra Camere di commercio ed Unioni regionali), di cui 26 sono stati indirizzati a favorire l'autoimprenditorialità e l'occupazione, 20 a far crescere il microcredito e 14 hanno offerto servizi integrati per la promozione del microcredito, dell'autoimprenditorialità e dell'occupazione. Nella tabella seguente è riportata una prima stima dei "numeri" dell'azione camerale per il 2011.

N. partenariati istituzionali attivati sul territorio	N. imprese/utenti beneficiari degli interventi finanziari	N. nuove imprese innovative, femminili, giovanili o sociali create	N. lavoratori occupati beneficiari	N. lavoratori in CIG o in mobilità beneficiari	N. inoccupati/disoccupati beneficiari	N. giovani in cerca di prima occupazione beneficiari
152	7.417	2.034	1.582	284	921	1.550

Tav. 61: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio per il sostegno all'imprenditorialità nel 2011



Le continue novità e implementazioni dell'azione delle Camere di servizio e di sostegno allo sviluppo dell'imprenditorialità mostrano una capacità del Sistema camerale di adeguare e aggiornare i contenuti e le modalità del rapporto con l'utenza, in chiave integrata e complementare con quelli offerti da altri soggetti operanti sul territorio sia del mondo associativo sia del mondo istituzionale (servizi per l'impiego, università, informagiovani ecc.). Nell'ultimo anno molte di queste iniziative si sono collocate nel quadro complessivo degli interventi anti-crisi collegati all'attuazione dell'Accordo di programma MiSE-Unioncamere (cfr. *infra*) per sostenere l'occupazione valorizzando le opportunità offerte dalle forme di autoimpiego, tramite la creazione di nuove imprese e soprattutto di nuova "microimprenditorialità" e aiutare le imprese esistenti in difficoltà con interventi e strumenti concreti per salvaguardare e valorizzare – direttamente o indirettamente – le risorse umane e la loro occupabilità.

L'impiego complessivo di risorse finanziarie su questo fronte d'intervento risulta pari, per il 2011, a quasi 10 milioni di euro – un importo in sensibile crescita rispetto a quanto registrato negli ultimi anni (+2,4 milioni di euro sul 2010) – a dimostrazione di come si tratti di uno degli ambiti su cui le Camere stanno maggiormente investendo per fronteggiare il protrarsi della situazione economica e occupazionale.

Si tratta, peraltro, di un ambito di servizi sostanzialmente fondato su un autofinanziamento camerale (Tav. 61), elemento che rende ancor più rilevante la considerevole ripresa dell'impegno delle strutture camerali su questo versante e che manifesta una reale crescita di interesse e attenzione per un ambito sempre più centrale nelle strategie di politica economica e occupazionale.

Progetti locali in tema di "Servizi per l'imprenditorialità"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Prestito d'onore regionale: collaborazione con Regione Marche per consulenza orientativa per l'accesso al finanziamento	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, Provincia
Arezzo	Segnalazioni on line finanziamenti dello Sportello Creare impresa	Regione
Avellino	Organizzazione tappa della IV edizione del Giro d'Italia delle donne che fanno impresa	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ordini professionali, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese, altro
Belluno	Il ruolo di policy maker del Sistema camerale veneto a sostegno dell'imprenditoria femminile	Unioncamere regionale
Bergamo	Il punto informativo impresa donna – Settore artigiano e agricolo	
Brescia	Progetto Start 1 e 2	Unioncamere regionale, Regione
Caltanissetta	La promozione di nuova imprenditorialità e il microcredito per le nuove imprese	Unioncamere nazionale, Ministero
Campobasso	Progetto Trasmissione d'impresa e passaggio generazionale	
Cremona	Formazione per aspiranti e neoimprenditori	Unioncamere regionale, associazioni di categoria
Cuneo	Attivazione Sportello Credito alle imprese e Sportello D3 con la Provincia	Associazioni di categoria, Provincia, altro ente pubblico
Ferrara	Piano a sostegno dell'occupazione giovanile	Associazioni di categoria, imprese
Firenze	Avvio del Sistema provinciale per lo start-up d'impresa	Provincia, Comune
Forlì-Cesena	Progetto Reti d'impresa	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, imprese, altro
Genova	Servizio di tutoraggio per la fase di accesso individuale, accompagnamento e monitoraggio del Catalogo dei servizi pre e post avvio impresa	Provincia
Gorizia	Magicamente imprenditrice. Il premio	Associazioni di categoria, Provincia, imprese
Grosseto	Sportello Punto impresa	Ministero, Regione, altro
Latina	Reti d'impresa	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Lucca	Mondo imprenditoriale femminile a Lucca: fotografia del presente con sguardi al futuro	

Progetti locali in tema di "Servizi per l'imprenditorialità"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Macerata	Le fonti raccontano. Viaggio nei luoghi d'acqua e di mestieri del maceratese	Altro
Mantova	Sistema dotale e cultura d'impresa: una rete di servizi per il territorio mantovano	
Matera	RI.SPO.STA – Reti interassociative Sportelli start-up	Associazioni di categoria
Milano	Start – Diffusione della cultura imprenditoriale e sostegno allo start-up	Unioncamere regionale, Regione, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Modena	Sviluppo dello Sportello informativo integrato CCIAA/Provincia c/o CCIAA denominato Sportello genesi	Provincia
Monza e Brianza	Enter Distretto Green & High Tech	Regione, Provincia
Nuoro	Settimana del formaggio	Associazioni di categoria
Padova	Oggi e domani imprenditore	
Parma	Partecipazione al Tavolo istituzionale per il lavoro e lo sviluppo in provincia di Parma	Provincia
Pavia	Progetto Start per la diffusione della cultura imprenditoriale e sostegno allo start-up – edizione 2011	Unioncamere regionale, Regione, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, altro
Perugia	V edizione Primavera inFormazione 2011	
Piacenza	WWW – Web Working Women	Università
Pisa	Sportello assistenza alle imprese	Provincia, altro
Pordenone	Be-Win	Unioncamere regionale
Potenza	NIDI – TecNOfrontiere	Associazioni di categoria, Provincia, altro
Ravenna	Piano per l'occupazione giovanile: bandi per nuove imprese giovani e assunzioni di giovani	
Reggio Emilia	Progetto Genesi	Unioncamere regionale
Roma	Progetto per la Nuova imprenditoria giovanile, femminile e immigrata a Roma	Altro
Rovigo	Bando per la presentazione di idee in materia di infrastrutture e di sviluppo imprenditoriale del Polesine	Altro
Teramo	WAI – Women Ambassadors in Italy	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Terni	Nuove idee per nuove imprese	Associazioni di categoria, università, altro
Torino	Protocollo operativo Invitalia spa	Altro

Progetti locali in tema di "Servizi per l'imprenditorialità"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Trieste	La mia impresa	
Varese	Il edizione progetto Start 2011	Unioncamere regionale, Regione
Verona	Il ruolo di policy maker del Sistema camerale a sostegno dello sviluppo del capitale umano	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro

2.9 Azioni per l'accesso al credito e la finanza

In un quadro di tensioni crescenti sui mercati creditizi, che hanno generato forti criticità nelle relazioni tra banche e imprese, nel 2011 si è consolidato l'impegno delle Camere di commercio nel creare le condizioni di contesto per facilitare l'accesso al credito delle micro, piccole e medie imprese; ciò, tramite un complesso di azioni, realizzate anche grazie al sistema di alleanze con gli istituti di credito, volto peraltro ad incentivare forme di aggregazione tra imprese, ad accrescere le dimensioni dei Consorzi fidi (cui il Sistema camerale partecipa storicamente) e a potenziare gli strumenti del microcredito.

L'annualità 2011 si caratterizza, infatti, per un sensibile incremento dell'intervento delle Camere per **facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta di credito** (Tav. 62): quasi 800 specifiche iniziative realizzate dalle Camere, circa 200 in più rispetto all'equivalente dato per il 2010.

Tav. 62: I numeri di "Finanza e credito"

85	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2011, attività per sostenere l'accesso al credito delle PMI
	di cui: 10 con l'ausilio delle Aziende speciali (attraverso la delega o la collaborazione) e 3 con il supporto di altre strutture camerali
792	iniziative specifiche in tema di finanza e credito
circa 58	milioni di € di contributi erogati a sostegno del sistema dei Confidi*
15,6	milioni di € di contributi finanziari diretti erogati in conto interessi a 6.123 imprese, di cui:
	6,5 destinati al settore Artigianato
	4,9 destinati al settore Commercio
	2,6 destinati al settore Industria
	1,1 destinati al settore Servizi
	0,2 destinati al settore Cooperazione
	0,2 destinati al settore Agricoltura
	0,1 destinati al settore Turismo
6.123	imprese beneficiarie dei contributi finanziari diretti erogati in conto interessi dalle Camere di commercio

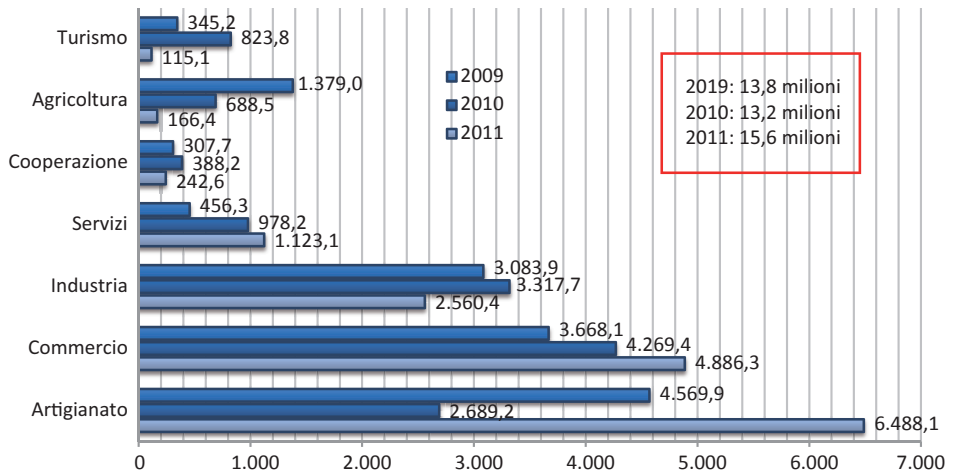
* Stima provvisoria (fonte: monitoraggio Unioncamere-Tagliacarne sul sostegno camerale ai Confidi, 2011).

In generale, due sono le modalità di erogazione dei contributi in tema di credito: da un lato, le Camere di commercio realizzano specifiche **azioni di sostegno finanziario alle attività del sistema dei Confidi**, dall'altro **assicurano contributi diretti in conto interesse alle imprese** al fine di ridurre, per queste ultime, il costo del credito e, di fatto, migliorarne l'interlocuzione con il mondo bancario rispetto all'apertura di linee di finanziamento.

Rispetto a questa seconda forma di intervento, nel 2011 l'ammontare totale di contributi finanziari diretti erogati alle imprese – oltre 6.000 – è stato pari a 15,6 milioni di euro, in crescita rispetto al 2010 quando gli stessi superavano di poco i 13 milioni di euro. A riguardo vale la pena precisare che, con la rilevazione sulle attività delle Camere per il 2011, l'Osservatorio ha innovato il proprio monitoraggio distinguendo i contributi versati alle imprese con finalità specifica di favorirne l'accesso al credito da quanto versato, tramite lo strumento dei bandi, a titolo di agevolazione/incentivo sui vari ambiti di rilievo per lo sviluppo: innovazione, internazionalizzazione, valorizzazione filiere, turismo ecc.⁹

Con riferimento alla distribuzione settoriale delle risorse (Tav. 63), il settore dell'artigianato ha assorbito il 41% del totale dei finanziamenti (circa 6,5 milioni di euro), mentre un ulteriore, e consistente, 31,5% (poco meno di 5 milioni di euro) è stato erogato alle imprese del commercio. Le imprese industriali hanno ricevuto agevolazioni da parte delle Camere per oltre 2,5 milioni di euro ed, infine, un ulteriore milione è stato destinato al settore dei servizi.

Tav. 63: Trend dei contributi finanziari diretti erogati in conto interesse dalle Camere di commercio alle imprese dei vari settori economici nel triennio 2009-2011 (mgl €)

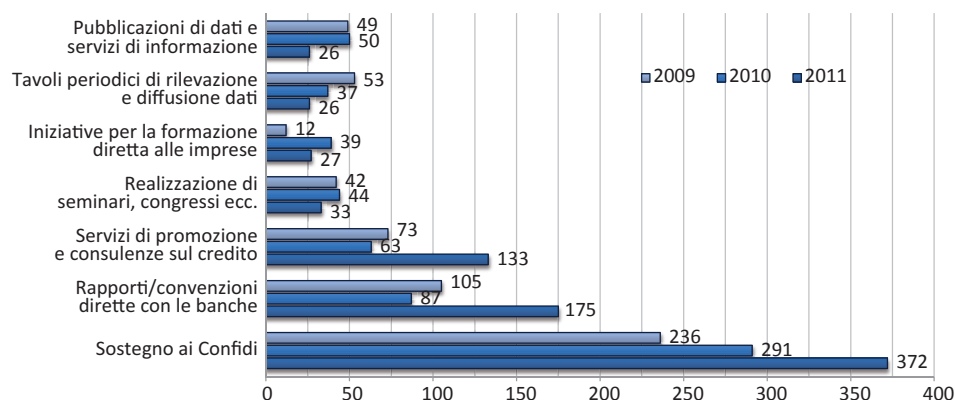


⁹ A partire da questa annualità, tali somme sono rilevate e tracciate in coerenza con le specifiche schede di approfondimento e non vengono "contabilizzate" in questa sezione. Quanto rilevato dall'Osservatorio attesta, come si riporta ad inizio del presente capitolo, un importo complessivo erogato dalle Camere per agevolazioni ed incentivazioni nei diversi ambiti di intervento intorno a complessivi 46 milioni di euro per il 2011.

Rispetto al dato precedente, cresce in modo significativo l'attività diretta svolta dalle Camere nell'assicurare alle imprese rapporti convenzionali con gli istituti bancari: a riguardo, il numero delle convenzioni sottoscritte direttamente tra Camere e banche sale dalle 87 del 2010 alle 175 del 2011 (Tav. 64).

Parimenti risulta in crescita tutta l'attività camerale di assistenza e consulenza alle imprese, indispensabile per far sì che le piccole imprese beneficino in modo efficace di servizi di orientamento in materia finanziaria necessari a migliorare la propria solidità ed affidabilità: sono 133 le azioni territoriali nel 2011, più del doppio rispetto alle 63 dell'anno precedente. Un complesso di attività che si somma con gli interventi di carattere informativo realizzati attraverso l'attivazione di tavoli periodici di rilevazione e diffusione di dati, la pubblicazione di bollettini e servizi di informazione e la realizzazione di seminari e congressi sui temi specifici della finanza, del credito e microcredito.

Tav. 64: Attività svolte dalle Camere di commercio sui temi inerenti alla finanza e al credito nel biennio 2009-2011
(n. per tipologia)



In materia di azioni di supporto al sistema dei Confidi, l'attività delle Camere continua a crescere e a consolidarsi nel tempo, costituendo – di fatto – circa il 50% del complesso di attività realizzate in tema di credito (dalle 291 del 2010 alle 372 nel 2011).

Il sostegno ai Confidi assume diverse forme: da un lato, il tradizionale contributo ad integrazione dei fondi di garanzia e l'erogazione di cogaranzie e controgaranzie, che punta ad un rafforzamento patrimoniale degli stessi organismi; dall'altro, la contribuzione in conto interessi sui finanziamenti garantiti dai Confidi, intervento che assicura un maggior appeal alle garanzie prestate dai Confidi stessi; infine vi sono i contributi finalizzati a favorire i processi di razionalizzazione della rete degli organismi di garanzia, attraverso fusioni e/o aggregazioni, e i contributi ai costi di gestione dei Confidi. Negli ultimi anni, questi hanno assunto un ruolo significativo di concreto sostegno alla

trasformazione dei Confidi (circa 50 sul territorio nazionale) in veri e propri intermediari finanziari vigilati dalla Banca d'Italia.

Per quanto riguarda il ruolo di sostegno alle attività dei Confidi, gli ultimi dati del monitoraggio specifico realizzato da Unioncamere in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne in materia riguarda le dimensioni per il 2010 (Tav. 65). Questi evidenziano un contributo complessivo del Sistema camerale – con oltre 60 Camere attive – pari a circa 68 milioni di euro nel 2010, in favore di 286 Confidi la cui azione di garanzia ha permesso di attivare oltre 40 miliardi di finanziamenti bancari alle imprese. Un impegno che, dalle prime valutazioni del monitoraggio in corso¹⁰, si ridurrebbe di qualche punto percentuale attestandosi a circa 58 milioni di euro di contributi a sostegno dei Confidi per il 2011.

In linea generale, grazie anche all'azione di coordinamento e di indirizzo di Unioncamere, le Camere di commercio stanno operando al fine di meglio "qualificare" la propria attività di supporto ai Confidi. In particolare, i contributi camerali sono attualmente rivolti prevalentemente verso Confidi con operatività regionale o multiregionale, con i contributi a quelli provinciali, spesso sottodimensionati e frammentati sui territori, che dunque rappresentano una fetta nettamente minoritaria.

Sempre nel 2010, circa 37 milioni di euro delle risorse per i Confidi (oltre la metà dello stanziamento) sono stati destinati al fondo rischi – forma di intervento che garantisce ai Confidi la necessaria liquidità grazie alla quale far fronte, data la difficile situazione congiunturale, all'accresciuta domanda di garanzie da parte delle imprese; ulteriori 24 milioni di euro sono stati versati dalle Camere per l'abbattimento degli interessi pagati dalle imprese sui finanziamenti garantiti, mentre un importo "residuale" di poco più di 7 milioni di euro è stato stanziato per altre finalità: coprire i costi di gestione e sostenere parte delle spese legate ai processi di fusione e razionalizzazione previsti dalla normativa di settore.

Tav. 65: Tipologia di contributi erogati dalle Camere ai Confidi per macro area di appartenenza nel 2010
(mgl €)

Area geografica	Contributi al Fondo rischi	Contributi in conto interessi	Altre forme di contributo	Totale contributi
Nord Ovest	6.730	6.866	5.723	19.319
Nord Est	8.164	12.676	1.216	22.056
Centro	6.525	511	493	7.529
Sud e Isole	15.693	3.782	30	19.505
Italia	37.112	23.834	7.462	68.408

Fonte: Monitoraggio Unioncamere-Tagliacarne sul sostegno camerale ai Confidi, 2010.

10 Per il quale si rimanda ai risultati del monitoraggio Unioncamere-Tagliacarne del prossimo autunno.

Il Fondo “SbloccaCrediti”: l’azione di sistema delle Camere di commercio lombarde per lo smobilizzo dei crediti PA

La convenzione denominata “SbloccaCrediti”, siglata da Unioncamere Lombardia con ANCI Lombardia e UniCredit a novembre 2010, è nata dalla condivisione della preoccupazione in merito al razionamento delle disponibilità di credito che ha colpito più severamente le imprese meno strutturate, generando un pericoloso processo a catena di ritardi nei pagamenti, amplificatosi per le micro-piccole imprese con minor forza contrattuale.

Allo scopo di far circolare liquidità all’interno del sistema economico, tali tre attori hanno concordato di dar vita congiuntamente ad un progetto sperimentale per favorire lo smobilizzo dei crediti scaduti che micro e piccole imprese vantano nei confronti dei Comuni lombardi. L’iter per utilizzare “SbloccaCrediti” (la cui durata è prevista fino al 31 dicembre 2012, data entro la quale dovrebbe essere stata recepita dall’Italia la Direttiva UE su tempi certi di pagamento da parte delle PA) ha previsto, in prima battuta, che Unioncamere Lombardia mettesse a disposizione – tramite le Camere lombarde – un Fondo rotativo di 10 milioni di euro presso UniCredit.

In generale, la micro-piccola impresa può presentare domanda di accesso al Fondo recandosi presso gli oltre 90 Centri imprese e le circa 500 filiali di UniCredit in Lombardia. La banca, acquisita la certificazione del credito da parte del Comune e dopo una rapida istruttoria creditizia, è tenuta a versare l’importo dovuto all’azienda (senza interessi né oneri), la quale può così utilizzare la liquidità necessaria per far fronte alle proprie esigenze di cassa ed onorare, a sua volta, i debiti nei confronti dei propri creditori (fornitori ecc.). Inoltre, UniCredit, una volta ricevuto il bonifico dal Comune “debitore”, provvede a versarlo sul Fondo rotativo di Unioncamere Lombardia che viene in questo modo reintegrato e può così servire a supportare altre imprese che ne avessero necessità. In questo quadro, il ruolo dell’ANCI Lombardia continua ad essere decisivo per stimolare direttamente i Comuni affinché, da un lato, facilitino le operazioni di certificazione dei crediti e, dall’altro, accelerino al massimo il pagamento per favorire un più esteso utilizzo del Fondo rotativo.

Tale iniziativa si rivolge, come accennato, a micro e piccole imprese fino a 49 dipendenti, con sede legale o operativa in Lombardia, che abbiano un credito già scaduto che deve essere pagato da uno dei Comuni lombardi e che venga certificato dallo stesso Comune come certo, liquido ed esigibile. Inoltre, tale credito deve essere connesso ad una fattura di importo minimo di 7.000 euro (IVA compresa) e massimo di 15.000 euro più IVA. In ogni caso sono ammessi al Fondo anche crediti complessivi superiori a 15.000 euro purché riferiti a fatture singole di importo non superiore a 15.000 euro più IVA e analogamente, per crediti riferiti a fatture di importo inferiore a 7.000 euro e vantati nei confronti di uno stesso Comune, è possibile procedere a cumulare gli stessi onde raggiungere la soglia minima di ammissibilità.

Va evidenziato da ultimo come siano state introdotte nel dicembre 2011 alcune novità rilevanti relativamente all'implementazione e gestione del Fondo rotativo. In primo luogo va rilevato come lo stanziamento regionale sia stato portato da 10 a 15 milioni di euro. Inoltre, il massimale del credito esigibile per singola fattura è stato elevato da 15.000 a 50.000 euro + IVA.

Nell'ambito della stessa convenzione, poi, la Camera di commercio di Milano ha stanziato 15 milioni di euro in un Fondo supplementare (regolato da meccanismi di funzionamento analoghi a quello regionale) destinato esclusivamente ad imprese della provincia meneghina. Relativamente alle operazioni di pagamento ammesse, infine, il massimale consentito per singola fattura non può eccedere l'importo di 100.000 euro + IVA.

A livello di trend, tra il 2008 e il 2010 l'attività di contribuzione a favore dei Confidi è cresciuta in misura rilevante: +49% nel periodo considerato (erano ca. 35 milioni di euro nel 2008). Gli organismi destinatari del contributo rappresentano oltre 1 milione di imprese associate e garantiscono finanziamenti per 41,6 miliardi di euro.

La policy adottata dal Sistema camerale, inoltre, mira a sostenere le imprese alimentando anche altri fondi che agiscono insieme ai Confidi stessi – i cd Fondi di garanzia – facendo appunto leva sull'operatività dei Confidi. Tale strategia consente la condivisione del rischio tra diversi soggetti, con benefici sia per i consorzi di garanzia sia per il sistema bancario nel caso di insolvenza dell'impresa affidata e, in tale ambito, la forma di sostegno finanziario più utilizzata risiede nella garanzia mista (cogaranzia e controgaranzia), cui è destinato circa il 70% del complesso delle risorse erogate nel 2010, quasi 46 milioni di euro.

In alcuni casi, nel 2011 le Camere hanno lavorato all'applicazione di nuovi strumenti ibridi di patrimonializzazione (prestiti subordinati) a beneficio dei Confidi.

Progetti locali in tema di "Finanza e credito"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Agrigento	Autoimprenditorialità e microcredito	
Arezzo	Protocollo d'intesa per il sostegno dell'accesso al credito dei fornitori della provincia di Arezzo attraverso la cessione pro soluto dei crediti a favore di banche e intermediari finanziari	Provincia
Ascoli Piceno	Fondo di garanzia Regione marche	Regione
Avellino	Formazione alle PMI sulla gestione dei rapporti con gli istituti di credito	Associazioni di categoria, università, imprese, altro
Bergamo	Contributo a concorso spese per progetto Tax Audit Test	
Brescia	Progetto sblocca crediti	Unioncamere regionale

Progetti locali in tema di "Finanza e credito"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Cosenza	Fondo per le garanzie di Cosenza	Provincia
Fermo	Fondo di garanzia di secondo grado per il rafforzamento del sistema delle garanzie a sostegno dell'accesso al credito delle PMI	
Firenze	Le agevolazioni per l'imprenditoria giovanile e femminile	Altro
Forlì-Cesena	Cessione crediti pro soluto	Unioncamere regionale, Comune, istituto/centro di ricerca, altro
Genova	Fondo di garanzia Tranchè Cover per le imprese alluvionate novembre 2011	Regione, istituto/centro di ricerca, altro
Gorizia	Il ruolo del Confidi in un'economia che cambia	Associazioni di categoria, altro
La Spezia	Sostegno alle imprese colpite dall'alluvione del 25 ottobre 2011	Altro
Livorno	Bando per il sostegno all'occupazione in provincia di Livorno	
Lodi	Fondo di rotazione per lo smobilizzo dei crediti vantati dalle MPMI	Provincia, imprese
Massa Carrara	Microfinanziamenti alle imprese in collaborazione con istituti di credito locali	Associazioni di categoria, altro
Monza e Brianza	Accordo tra Fondazione GHT e Mediocredito	Altro
Parma	Accordo provinciale in tema di cessione pro soluto dei crediti degli enti locali verso le PMI	Provincia
Pesaro e Urbino	Fondo di garanzia delle Marche	Regione, Provincia, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Pisa	Contributi a fondo perduto per l'avvio di nuove imprese e nuovi investimenti in provincia di Pisa	
Prato	Bando per la concessioni di contributi a Confidi	
Ragusa	Contributi ai Consorzi fidi destinati ai Fondi rischi per ampliarne la capacità e le garanzie a favore delle PMI	Altro
Ravenna	Accordo per la cessione crediti pro soluto	Unioncamere regionale, Provincia, Comune, imprese, altro
Reggio Calabria	Percorso di assistenza personalizzata ai beneficiari del microcredito	Altro
Reggio Emilia	Accordo per agevolare la cessione del credito pro soluto delle imprese degli enti locali (d.m. 19 maggio 2009)	Unioncamere regionale, Ordini professionali, Comune, imprese, altro

Progetti locali in tema di "Finanza e credito"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Rieti	Progetto pilota pacchetto anticrisi	Unioncamere regionale
Rovigo	Microcredito d'impresa	Provincia, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro
Savona	Fondo di garanzia per il microcredito	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, altro
Siracusa	Sostenere il credito alle PMI	Provincia, altro
Sondrio	Progetto Liquidità 2011	Associazioni di categoria, imprese, altro
Varese	Sblocca crediti	Unioncamere regionale
Verona	Contributo ai Consorzi e alle cooperative di garanzia fidi per incremento del Fondo rischi	
Vicenza	Modifica del regolamento di contribuzione ai Confidi	Associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro

2.10 Il supporto all'innovazione e alla ricerca, la proprietà industriale

La capacità di innovare costituisce un fattore determinante, e una leva cruciale, per la crescita delle imprese. Secondo i dati per il 2011 dell'Innovation Union Scoreboard della Commissione europea, l'Italia continua a collocarsi nel novero dei cosiddetti "innovatori moderati", ovvero la terzultima delle quattro categorie in cui vengono classificati i 27 Stati membri dell'Unione Europea.

I motivi della scarsa propensione all'innovazione, testimoniata anche dalla bassa percentuale di spese per la R&S sul PIL (l'1,27% contro una media UE 27 di quasi il 2%), sono in parte da ricercare nel modello imprenditoriale del nostro Paese, caratterizzato dalla prevalenza di imprese di dimensione medio-piccola, ma anche in una cultura ancora marginale del "fare sistema" che sinora non ha consentito di valorizzarne appieno le potenzialità.

Le complessità del trasferimento tecnologico, infatti, appaiono marcate a causa sia della limitata capacità di collegamento e relazione tra imprese, sia della complessità che caratterizza la comunicazione tra i potenziali detentori dell'innovazione tecnologica e le aziende quali utilizzatori finali della tecnologia.

L'intervento camerale per promuovere l'innovazione si colloca in questo contesto, in cui le Camere sperimentano ed applicano strategie di accompagnamento, ed azioni mirate, per facilitare l'innovazione e il trasferimento tecnologico, nonché diffondere la cultura della proprietà industriale, interpretando le esigenze delle PMI e definendo approcci utili per supportarle nel dialogo con il mondo della ricerca. Tale intervento si traduce, concretamente, in azioni di informazione, promozione ed accompagnamento

svolte in raccordo con organismi ed enti esterni (università, istituti di ricerca, consorzi e poli tecnologici), in attività di monitoraggio e aggregazione dei fabbisogni tecnologici delle PMI ed in azioni di carattere formativo nel campo della normazione, della certificazione, della sicurezza e della qualità.

Le esperienze maturate localmente, negli anni, mostrano come nell'ambito dell'innovazione l'elemento umano appaia di fondamentale importanza, specie nel caso delle micro e piccole imprese dove l'imprenditore spesso presenta necessità di affiancamento da parte di soggetti con forti competenze nei diversi ambiti in cui si sviluppa il processo innovativo; un terreno su cui le Camere riescono a garantire il necessario supporto grazie alle modalità di servizio – fondate su assistenza diretta e tutoraggio – che ne caratterizzano l'operato.

Tav. 66: I numeri di "Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale"

76	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2011, azioni di supporto all'innovazione, al trasferimento tecnologico e alla proprietà industriale
	di cui 24 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 7 con il supporto di altre strutture camerali (Unioni regionali, fondazioni, Agenzie del sistema)
29	sportelli al pubblico dedicati ai temi dell'innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale (oltre 9.000 utenti nel 2011)
103	Uffici marchi e brevetti
95.351	utenti degli Uffici marchi e brevetti
19	Centri di documentazione brevettuale (PatLib) sul territorio (di cui 13 nelle Camere di commercio)
3.341	utenti dei Centri di documentazione brevettuale (PatLib) attivi presso le Camere di commercio
34	Punti di informazione brevettuale (PIP) sul territorio (di cui 22 nelle Camere di commercio)
5.743	utenti dei Punti di informazione brevettuale (PIP) attivi presso le Camere di commercio
1.118	strumenti utilizzati per la promozione dell'innovazione tecnologica, di cui 378 indagini, 342 pubblicazioni, 157 convegni e mostre e 151 collaborazioni istituzionali con università e centri di ricerca
36,4	milioni di € di interventi economici per l'innovazione, il trasferimento tecnologico e la proprietà industriale, di cui 7,1 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo

I numeri dell'Osservatorio per il 2011 confermano l'impegno delle Camere su questi ambiti strategici d'intervento, realizzati a valere sull'esperienza acquisita nel tempo e concentrati su linee di attività spesso intraprese con il supporto tecnico-operativo della rete di Aziende speciali – circa 1/3 delle quali, a livello nazionale, è impegnato in tali ambiti di intervento – o di altre strutture camerali (Tav. 66).

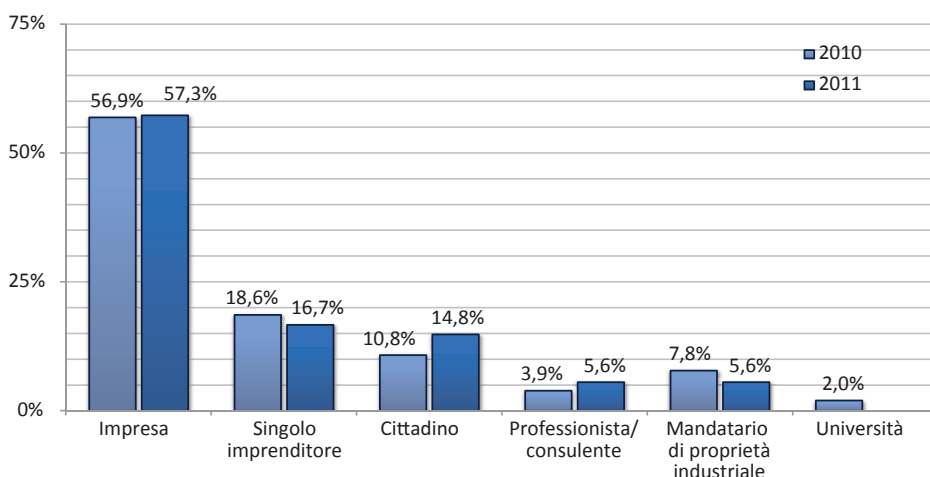
Il ruolo primario del Sistema camerale si concretizza, in relazione alla tutela della proprietà industriale, grazie alle funzioni esercitate dai 103 Uffici marchi e brevetti che sul territorio nazionale svolgono sia attività di sportello per il deposito delle domande di brevetto e per la registrazione dei marchi, sia di prima informazione e orientamento.

Nel 2011 tale rete ha erogato servizi in favore di oltre 95.000 utenti sul territorio, appena il 3% in meno rispetto all'annualità precedente.

Un'attività di assistenza ancora più completa è garantita dai 29 sportelli camerali dedicati all'innovazione ed ai 35 Centri specializzati di informazione brevettuale PatLib e PIP attivi presso le Camere di commercio. I Centri PatLib (Patent Library) sono biblioteche brevettuali collegate in rete con gli altri uffici europei per una consultazione puntuale dei database che forniscono servizi specializzati come il monitoraggio a livello internazionale sui singoli settori tecnologici, mentre i Centri PIP (Patent Information Point) sono punti di accesso informativo con l'obiettivo di diffondere l'informazione per la tutela della proprietà industriale. Tali centri di informazione, accreditati dall'Ufficio europeo dei brevetti (EPO), sono nati dall'esigenza europea e dagli Uffici brevetti nazionali di poter disporre di organismi specialistici in grado di fornire informazioni sul sistema di proprietà industriale e su temi strettamente connessi, operando a tal fine in un contesto locale.

I dati 2011 registrano un numero di utenti totali dei Centri PatLib e PIP camerali pari a circa 9.000 unità, un 10% in meno rispetto all'annualità precedente, a testimonianza dell'impatto della congiuntura sfavorevole che ha fortemente rallentato il ricorso alla brevettazione da parte delle imprese, e della sostanziale difficoltà di accesso alla cultura brevettuale da parte delle PMI – con ciò che comporta in termini di utilizzo degli strumenti di tutela – e, quindi, della necessità di rafforzare ulteriormente (in termini di servizi e risorse) l'intervento pubblico in un ambito di assoluto rilievo per il rilancio economico.

Tav. 67: Utenza camerale sui temi dell'innovazione, del trasferimento tecnologico e della proprietà industriale nel biennio 2010-2011
(% per profilo)

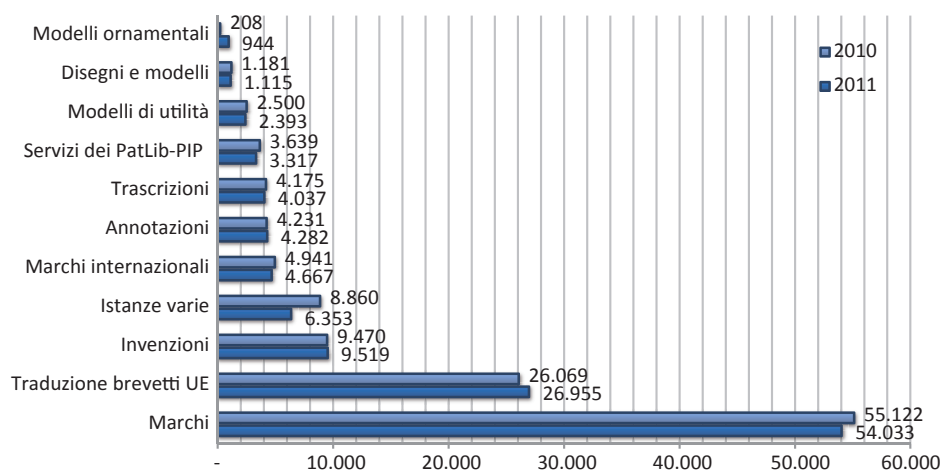


Oltre il 57% dell'utenza che si reca in Camera di commercio per avere informazioni è principalmente rappresentato da imprese, soprattutto di piccole dimensioni cui si aggiungono singoli imprenditori (con il 16,7%, in calo di quasi 10 punti rispetto al 2010) e cittadini (14,8%), dato quest'ultimo in forte aumento rispetto all'anno precedente (Tav. 67).

L'attività svolta dalle Camere in ottemperanza alla legislazione vigente risulta "speculare" rispetto alla numerosità dei depositi effettuati dalle imprese; una scelta naturalmente condizionata dalla disponibilità di risorse che le imprese possono destinare alla ricerca e all'innovazione.

A riguardo, per il 2011 risultano consistenti – seppur in lieve calo sul 2010 – le attività svolte dagli enti camerale in merito alle domande di deposito dei brevetti per modelli di utilità, invenzioni, disegni e modelli e richieste di traduzione di brevetti europei agli Uffici brevetti e marchi (Tav. 68).

Tav. 68: Richieste agli Uffici brevetti e marchi nel biennio 2010-2011
(n. per tipologia)



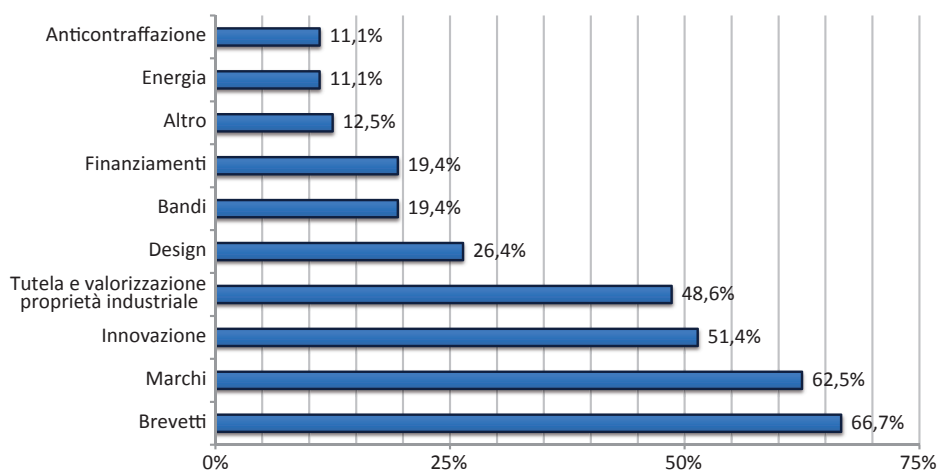
Sebbene risultino in leggero calo anche le richieste di registrazione dei marchi d'impresa (-2% sul 2010), il trend dimostra nel complesso la sostanziale "tenuta" della volontà/capacità di innovare del tessuto produttivo, pure a fronte del protrarsi di una congiuntura economica che incide pesantemente sulla capacità di spendere.

Da qualche anno l'attività di registrazione può avvenire anche in via telematica grazie ad apposite procedure informatiche ed il sistema di firma digitale; nel 2011 – seppure in lieve calo nei valori assoluti – si mantiene inalterato lo scarto positivo tra numero di pratiche depositate telematicamente rispetto a quelle cartacee (rispettivamente 35.996 e 34.067 nel 2011, un differenziale di ca. 6 punti percentuali), mentre

per i cosiddetti "seguiti", ovvero i documenti integrativi alle domande di deposito e relative ulteriori pratiche amministrative, il rapporto per gli invii telematici risulta ancora più alto.

Prima ancora di essere un problema congiunturale, tuttavia, il ricorso ancora limitato all'utilizzo degli strumenti di tutela è un aspetto legato alla difficoltà dell'affermarsi di una solida cultura brevettuale tra le imprese italiane. Anche per sopperire a questo gap, nel 2011 quasi ogni Camera attiva in materia si è mossa anche sul fronte divulgativo, organizzando apposite iniziative di informazione (seminari, convegni e workshop) relativi alla promozione degli strumenti tipici della proprietà industriale, e con riferimento a temi diversi eppure strettamente legati a quello della tutela: il fenomeno della contraffazione, ad esempio, che colpisce pesantemente le imprese italiane, soprattutto nei settori di eccellenza del made in Italy (Tav. 69).

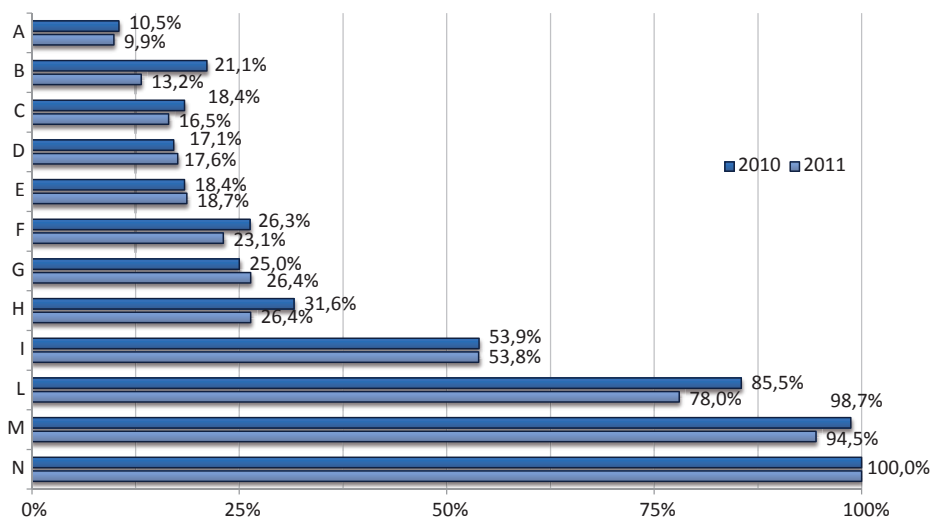
Tav. 69: Principali ambiti dell'attività seminariale/informativa delle Camere di commercio nel 2011 sui temi dell'innovazione
(% Camere per ambito di approfondimento)



Completano il quadro dell'intervento camerale in tale ambito, l'insieme dei servizi di carattere formativo e consulenziale, di assistenza all'individuazione di opportunità di finanziamento nonché di supporto tecnologico ed assistenza alle strategie aziendali in materia di innovazione, garantiti sul territorio dalle realtà camerali attive in materia (Tav. 70).

È in questo articolato insieme di attività che si traducono, materialmente, gli oltre 36 milioni di euro destinati nel 2011 dal Sistema a finanziare questa specifica tipologia di iniziative. Un impegno economico in sensibile crescita (+10%), rispetto al dato

Tav. 70: Attività svolte dalle Camere su innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale nel biennio 2010-2011
(% Camere per tipologia di attività)



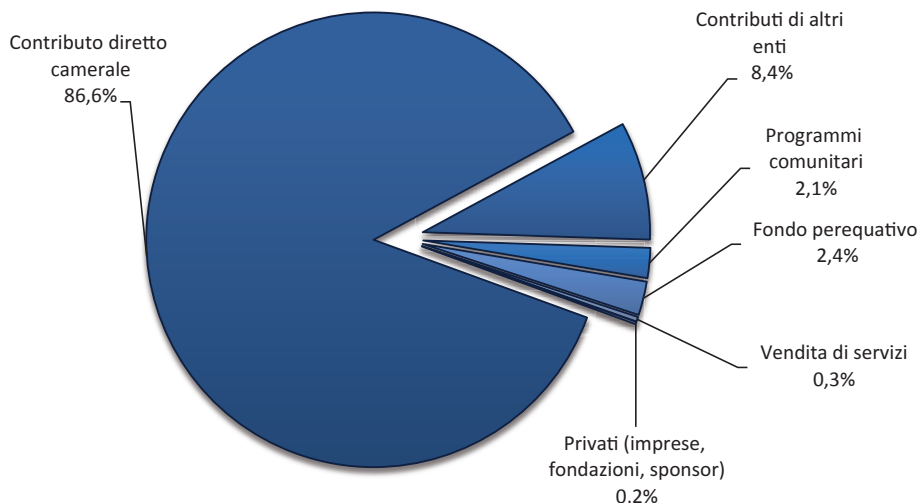
Legenda

- A Valorizzazione di nuovi brevetti e marchi
- B Studio e ricerca
- C Informazione in materia di sicurezza, normazione e qualità
- D Sensibilizzazione/informazione sui temi della lotta alla contraffazione
- E Consulenze specifiche e progettazione
- F Formazione per le imprese
- G Assistenza e supporto tecnologico alle imprese
- H Informazione sulle opportunità finanziarie in tema di innovazione
- I Realizzazione di seminari, convegni e workshop
- L Interrogazione banche dati per la tutela (ricerche anteriorità registrazioni)
- M Informazioni di base o di carattere generale
- N Raccolta di domande di deposito per la registrazione di brevetti, marchi, disegni

precedente di cui la principale quota parte principale finanziata con risorse proprie del bilancio camerale (Tav. 71).

In parallelo alle attività di analisi, studio e ricerca e divulgazione delle singole Camere di commercio si collocano le iniziative condotte da Unioncamere. Il 2011, in particolare, ha visto proseguire le attività dell'Osservatorio brevetti, marchi e design, curate per Unioncamere dalla società consortile Dintec, con l'obiettivo, come per gli anni passati, di monitorare la capacità brevettuale delle imprese italiane grazie alla raccolta, la sistematizzazione e l'analisi dei dati sui depositi delle domande di brevetto, di marchi e design, nonché di fornire servizi di approfondimento sui settori

Tav. 71: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di innovazione, trasferimento tecnologico, proprietà industriale nel 2011



tecnologici di punta delle imprese italiane e servizi informativi rivolti direttamente a queste ultime.

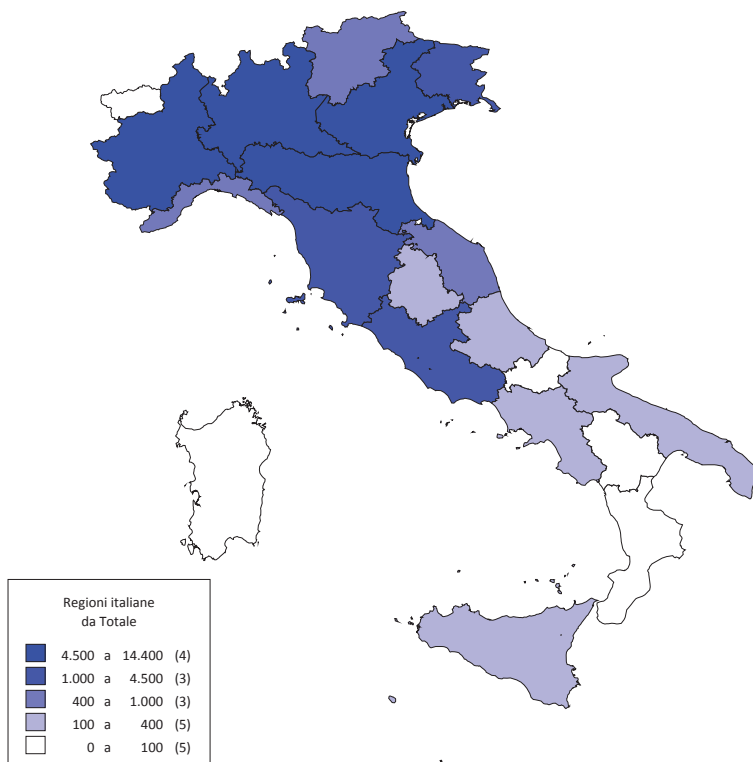
Nel tempo l'Osservatorio brevetti ha considerato ed analizzato per il periodo 1999-2010 le domande di brevetto italiane pubblicate dall'EPO (European Patent Office) e le domande di registrazione di marchi comunitari depositate da richiedenti italiani presso l'UAMI (Ufficio per l'armonizzazione del mercato interno) e, nell'ultima annualità, anche le domande di design comunitario depositate nel periodo 2003-2010 (Tavv. 72-74).

La significatività dell'indagine risiede nel far emergere i dati relativi alle tecnologie di supporto sia ai settori emergenti, come anche a quelli in espansione, sia ai settori in crisi o in fase di stallo, nonché alle specializzazioni produttive delle diverse macroaree italiane ed all'importanza attribuita dalle imprese agli *asset* immateriali nei diversi settori. Il confronto con i principali competitori sui mercati internazionali contribuisce a far meglio comprendere la situazione italiana.

Dai dati dell'indagine sul 2011 risulta come gli ambiti in cui la creatività italiana ha chiesto – e ottenuto – la tutela delle proprie produzioni in Europa attraverso la registrazione del marchio comunitario siano quelli dei prodotti di "largo consumo", del sistema moda e dei dispositivi elettronici, elettrici, ottici e digitali; un totale di 6.750 domande di marchio con titolare italiano, valore che colloca l'Italia al quinto posto tra le nazioni del G12.

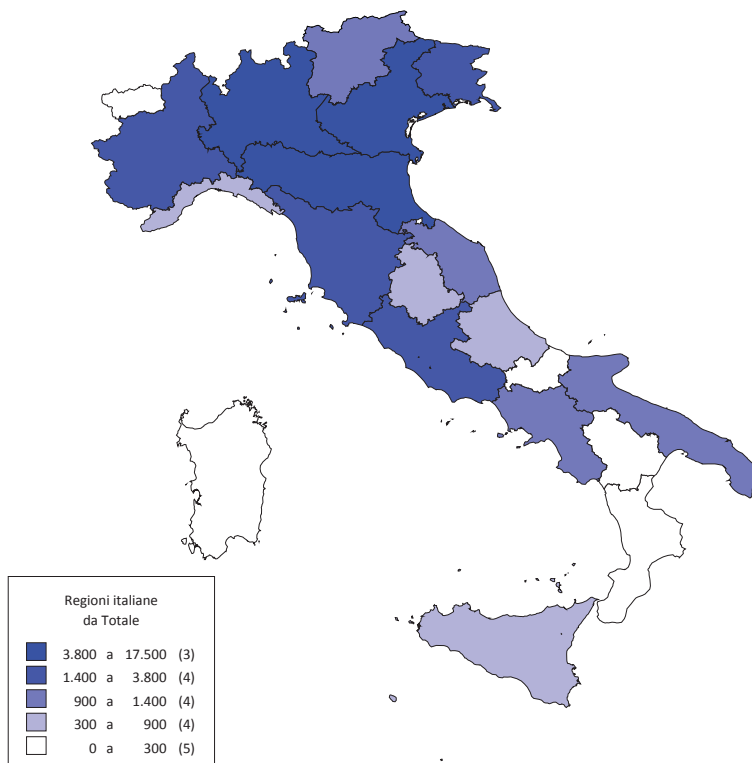
Anche sul fronte dei brevetti UE, nonostante la difficile congiuntura abbia rallentato il ricorso alla brevettazione, l'Italia ha tutelato invenzioni in ambito medico e veterinario, nel settore del packaging e dell'automotive.

Tav. 72: Distribuzione regionale delle domande di brevetto di imprese italiane depositate dalla imprese pubblicate dall'EPO
(totale anni 1999-2010)



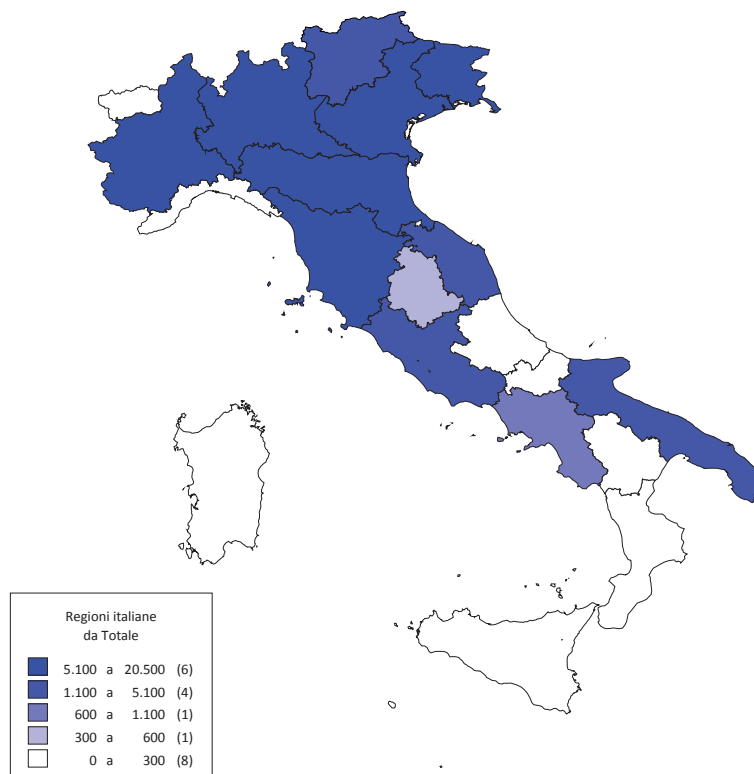
Fonte: Osservatorio Unioncamere brevetti, marchi e design 2011, elaborazioni su dati EPO

Tav. 73: Distribuzione per regione delle domande italiane di marchio comunitario depositate dalle imprese presso UAMI
(totale anni 1999-2010)



Fonte: Osservatorio Unioncamere brevetti, marchi e design 2011, elaborazioni su dati EPO

Tav. 74: Distribuzione per regione delle domande di design comunitario depositate da parte di richiedenti italiani presso UAMI (totale anni 2003-2010)



Fonte: Osservatorio Unioncamere brevetti, marchi e design 2011, elaborazioni su dati EPO

Progetti locali in tema di "Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Agrigento	Progetto Management	
Ancona	IPRforSEE – Intellectual Property Rights for SEE	Ministero, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), Camera di commercio estera, università, istituto/centro di ricerca
Avellino	Trasferimento tecnologico e innovazione: attività di assistenza tecnica per le imprese agroalimentari della provincia di Avellino	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), istituto/centro di ricerca
Benevento	Laboratorio idee e brevetti	
Bolzano	My-innovation	Provincia, Camera di commercio estera, università, istituto/centro di ricerca, imprese
Caltanissetta	Processi di innovazione tecnologica e di innovazione dell'organizzazione dell'impresa a Caltanissetta	Unioncamere nazionale, Ministero
Campobasso	Progetto Piccoli e grandi inventori crescono, 24-25 maggio 2011	
Catania	Premio miglior brevetto	
Chieti	Le opposizioni a marchi d'impresa	
Como	Convenzione mandatari	Ordini professionali
Cremona	Progetto Ergon	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, imprese
Cuneo	Innovation Day, 17 gennaio 2011	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Provincia, università, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Firenze	Diffusione della cultura brevettuale	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ordini professionali
Forlì-Cesena	Standard per l'innovazione responsabile	Università, imprese
Genova	Servizi ICT resi disponibili dalla banda larga in provincia di Genova	Università, altro
Grosseto	Percorsi di innovazione per le PMI: scouting idee e promozione	Istituto/centro di ricerca, altro
Lucca	Servizi avanzati di IT e banda larga, risparmio energetico e trasferimento tecnologico	Unioncamere regionale, università, istituto/centro di ricerca
Macerata	Programma di sviluppo dell'innovazione in provincia di Macerata	Associazioni di categoria, Provincia, università, istituto/centro di ricerca, altro
Mantova	MAIN – Mantova Innocentre II 2011-2012	Associazioni di categoria, Provincia, università
Milano	Studio di fattibilità Borsa brevetti	Regione, Provincia
Monza e Brianza	Bando voucher ricerca e innovazione e contributi per i processi di brevettizzazione	Regione
Padova	Support Green – Strategie per lo sviluppo sostenibile	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, istituto/centro di ricerca, imprese, altro

Progetti locali in tema di "Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Parma	Indagine sullo stato dell'innovazione tecnologica e dei fabbisogni tecnologici in provincia di Parma	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Pavia	Bando Voucher ricerca e innovazione e contributi per i processi di brevettazione in AdP	Unioncamere regionale, Regione
Pisa	Orientamento B e M	Unioncamere regionale
Pistoia	Corso sullo sviluppo dell'innovazione e seminario ricerca Chiama impresa	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Potenza	Repertorio delle attività di ricerca e trasferimento tecnologico dell'Università degli studi della Basilicata	Associazioni di categoria, Provincia, università
Reggio Calabria	Progetto Innovation Promoter	Altro
Reggio Emilia	Creazione Sportello tutela proprietà intellettuale	
Roma	Studio del progetto di informatizzazione della procedura di consegna degli attestati di concessione dei brevetti e di registrazione dei marchi	Altro
Sassari	Trasferimento tecnologico e innovazione nelle filiere produttive del Nord Sardegna	Unioncamere nazionale
Torino	ALPS – Enterprise Europe Network	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ministero, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, istituto/ centro di ricerca, altro ente pubblico, imprese, altro
Trieste	Auditing sulla proprietà intellettuale delle PMI di Trieste	Università
Udine	Progetto regionale sulla diffusione della cultura brevettuale	Ordini professionali, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), istituto/centro di ricerca
Varese	Mech-Net – Meccanica e crisi. Nuovi elementi di trasferimento tecnologico	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione
Venezia	Servizio di assistenza intergata per l'innovazione tecnologica	Associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro
Verbania	>i – Maggiore innovazione	Associazioni di categoria, Provincia, Camera di commercio estera, istituto/ centro di ricerca, imprese, altro
Verona	Sportello tutela proprietà intellettuale	Unioncamere regionale, Ordini professionali
Vibo Valentia	Impresa JK-N 1 – Salone dei servizi per le imprese	Unioncamere regionale, università, imprese
Viterbo	Innovazione e tradizione: quali strumenti per la loro protezione? Focus su arredamento e ceramica	Università

2.11 Responsabilità sociale, green economy ed energia

I temi dell'innovazione sono seguiti dalle Camere di commercio in stretta correlazione con quanto attiene alla salvaguardia dell'ambiente ed alla sostenibilità sociale del "fare impresa", nella misura in cui è noto come l'adozione di un comportamento socialmente responsabile da parte delle imprese nell'interazione con il territorio e la società civile rappresenti un valore aggiunto che si traduce in un fattore di vantaggio competitivo sul mercato.

Da tempo, infatti, l'attenzione dell'opinione pubblica si concentra sull'integrità delle imprese e sugli atteggiamenti da queste assunti con riguardo sia ai propri azionisti/portatori d'interesse, sia alla società nel suo complesso, dimostrando di apprezzare più di altre quelle organizzazioni che adottino un comportamento etico, socialmente solidale e sostenibile, e che dimostrino di interagire con l'ambiente circostante, rispettandolo e tutelandolo anche nello svolgimento delle proprie attività produttive.

A partire dal 2004 il Sistema camerale ha avviato un complesso di azioni in tema di CSR attraverso le quali assicurare la massima diffusione della cultura della responsabilità presso gli interlocutori sociali, economici e istituzionali. Nel corso degli anni, tuttavia, l'impegno su questo filone di intervento si è in alcune realtà rafforzato, mentre in altre è mutato adattandosi agli input ricevuti dal territorio stesso.

Per questa ragione (Tav. 75) se nel 2011 appare da un lato ridotto il numero di Camere che ha svolto attività specifiche attinenti alla CSR (44 realtà, 10 in meno rispetto all'annualità precedente), dall'altro cresce il presidio delle Camere sulle attività relative alla promozione della green economy e della sostenibilità o efficientamento energetico, sfere d'interesse che, con circa la metà delle Camere attive su entrambi i fronti e con un accresciuto impegno economico rispetto al 2010, registrano il sostanziale affermarsi dell'intervento camerale.

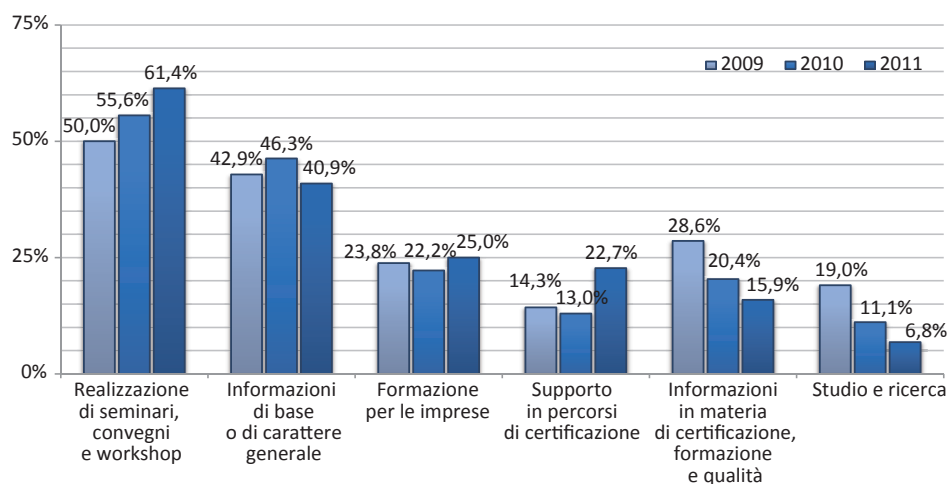
Tav. 75: I numeri di "Responsabilità sociale d'impresa (CSR), green economy ed energia"

44	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2011, attività per promuovere la responsabilità sociale d'impresa di cui 17 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 6 con il supporto di altre strutture camerali (fondazioni, Unioni regionali ecc.)
34	sportelli al pubblico dedicati alla responsabilità sociale d'impresa (1.530 utenti nel 2011)
52	Camere di commercio hanno svolto attività per la diffusione della green economy di cui 8 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 6 con il supporto di altre strutture camerali (Agenzie di sistema, consorzi ecc.)
51	Camere di commercio hanno realizzato iniziative in tema di energia e promozione dell'efficientamento energetico di cui 7 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 5 con il supporto di altre strutture camerali (fondazioni, Unioni regionali ecc.)
7,3	milioni di € di interventi economici per promuovere la CSR, la green economy e l'efficientamento energetico, di cui 3,5 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo

Sul fronte specifico della CSR, tuttavia, si confermano nel 2011 le azioni avviate dalle Camere per assicurare l'interiorizzazione del tema presso gli interlocutori sociali, economici e istituzionali, ciò anche attraverso i 34 sportelli al pubblico sul territorio.

L'introduzione della norma tecnica internazionale ISO 26000, nel 2010, ha portato un vento di positiva concretezza al tema della CSR, fornendo essa alle organizzazioni una guida armonizzata e universalmente applicabile alle pratiche di responsabilità sociale. La norma raccoglie i frutti di un accordo generale su aspetti rilevanti quali: le definizioni e i principi generali; le questioni cruciali che devono essere affrontate in tema di responsabilità sociale; l'integrazione della CSR nelle attività complessive di un'organizzazione. La stessa è stata definita nell'intento di incoraggiare l'adozione, in tutto il mondo, delle migliori pratiche di CSR. Molti dei contatti con le imprese, registrati nel 2011 dagli sportelli camerali dedicati, sono stati determinati dalla richiesta di interpretazione e di chiarimenti sui richiami della norma¹¹.

Tav. 76: Attività in tema di CSR nel triennio 2009-2011
(% Camere per tipologia)



Nel complesso, la dinamica degli interventi in materia di CSR per il triennio 2009-2011 (Tav. 76) mostra una sostanziale tenuta dell'azione camerale, con oltre il 60% delle realtà attive, finalizzata ad informare il territorio attraverso la realizzazione di specifici seminari, convegni e workshop in favore delle imprese, tra l'altro orientati nell'anno di riferimento alla diffusione delle Linee guida OCSE in tema di CSR. Questa modalità di diffusione informativa e culturale, che nel 2011 ha coinvolto quasi 6.000 utenti nella partecipazione e nell'ascolto attivo (Tav. 77), continua a rappresentare, nel tempo, una

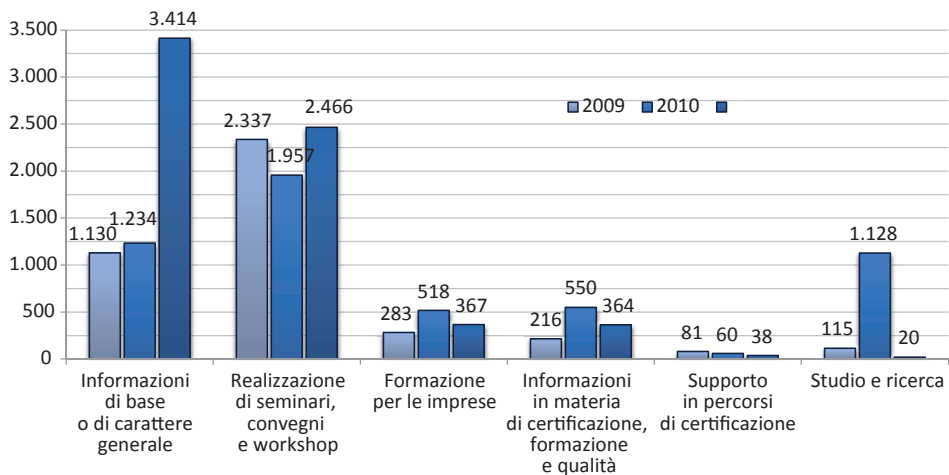
11 Tra cui, ad esempio, il richiamo della norma per la riduzione del premio di assicurazione INAIL.

quota parte molto significativa dell'azione delle Camere di commercio, a testimonianza che la CSR forse è un tema ancora poco conosciuto presso il mondo produttivo. A riguardo, l'esperienza camerale dimostra come la più efficace attività di promozione risulti, tuttavia, la diffusione di quelle buone prassi che concretamente dimostrano l'operato dell'azienda e i risultati ottenuti.

Sempre sul fronte dei servizi, è cresciuto nel tempo il numero di realtà camerale che offrono alle imprese servizi di assistenza specifici, attraverso – ad esempio – il supporto tecnico ai percorsi di certificazione per le imprese, anche ricorrendo a forme di agevolazione diretta, e l'erogazione di sessioni mirate di formazione specialistica in materia; nel 2011, infatti, circa 1/4 delle Camere attive si è mosso su questi terreni.

Sul primo versante, in particolare, l'attività delle Camere si è concentrata sulla diffusione dello standard SA8000, una norma omogenea e verificabile attraverso un sistema di verifica di terza parte sui requisiti volontari che i datori di lavoro devono rispettare riguardo ai diritti dei lavoratori, alle condizioni del luogo di lavoro e al sistema di gestione; OHSAS 18001, lo standard internazionale per un sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori; e la registrazione EMAS, il sistema comunitario di ecogestione e audit in materia di efficienza ambientale.

Tav. 77: Partecipanti/beneficiari delle iniziative svolte in tema di CSR nel triennio 2009-2011
(n. per tipologia di iniziativa)



Negli anni il tema della CSR è andato mutando nell'approccio camerale, incrociandosi con altre tematiche quali l'ambiente, lo sviluppo sostenibile, e le fonti di energia rinnovabile.

Il tema della green economy, nel portare già in sé lo sviluppo sostenibile, l'efficienza energetica e la ricerca di fonti energetiche rinnovabili, risulta di grande attualità a

livello mondiale nelle prospettive di sviluppo, soprattutto se considerato in funzione delle opportunità che può offrire: nuovi mercati, nuovi posti di lavoro, nuove risorse da valorizzare. L'argomento non è altro che una rilettura dei tradizionali comparti del sistema economico in chiave di sostenibilità delle azioni e dei comportamenti, il cui sviluppo andrà fortemente ad impattare sui comportamenti e la competitività delle PMI italiane.

Su questo versante, da qualche anno le Camere (52 realtà nel 2011) sono attive con un insieme di iniziative di sensibilizzazione verso i principali interlocutori e stakeholder, nell'ambito delle quali promuovere la condivisione di conoscenze e competenze fra i protagonisti dell'economia verde e delle filiere produttive, da un lato, e, dall'altro, valorizzare le esperienze più avanzate ed innovative delle imprese cd "green".

Per far conoscere più a fondo il tema e promuoverne le connesse opportunità di sviluppo sul territorio italiano, nel 2011 Unioncamere ha portato avanti una serie di attività in collaborazione con la Fondazione Symbola, dall'aggiornamento della ricerca Green Italy al roadshow con le Camere di commercio di Pisa, Ancona e Milano volte da un lato a condividere conoscenze e competenze fra i diversi protagonisti dell'economia verde e delle filiere produttive, e dall'altro a promuovere le imprese valorizzando le esperienze più avanzate e innovative.

Le azioni per l'efficientamento energetico

Buona parte delle aspettative ed opportunità connesse all'affermazione della green economy è riferita allo sviluppo dei settori delle fonti rinnovabili e dell'efficienza energetica, i principali ambiti in cui si stima si registrerà un aumento di occupazione.

È ormai noto come, negli anni, la questione energetica abbia assunto a livello mondiale un'attenzione crescente sotto il profilo politico, economico e ambientale; ciò a causa di numerosi fattori tra cui l'oscillamento dei prezzi del petrolio e del gas, la crisi economica globale, la dipendenza energetica da paesi terzi, gli squilibri geopolitici mondiali, la crescita esponenziale del PIL dei paesi emergenti, il surriscaldamento del clima, i disastri ecologici di impianti di produzione di energia e via dicendo.

L'analisi dei dati storici e degli scenari tendenziali sviluppati dall'International Energy Agency e dall'Energy Information Administration mostra come il sistema energetico internazionale si stia muovendo su un sentiero di sviluppo non sostenibile e come sia quindi necessario prevedere degli interventi di policy che favoriscano lo sviluppo di una vasta gamma di tecnologie energetiche innovative.

In questo quadro, l'Italia si caratterizza per una scarsità di risorse energetiche che la porta a dipendere per ca. l'80% dalle importazioni, fattore che crea periodiche tensioni sui prezzi con riflessi negativi, in generale, sulla bolletta energetica del Paese e, in particolare, su quella delle PMI.

Nel rispondere anche alle sollecitazioni che vengono dal tessuto produttivo, nel 2011 il Sistema camerale ha iniziato a porre particolare attenzione ai temi dell'efficientamento e del risparmio energetico, avviando un complesso di azioni tese a perseguire gli obiettivi comunitari di riduzione dei livelli di CO₂ e a supportare le imprese nel proprio percorso di efficienza energetica. Le Camere di commercio, in particolare, hanno colto

sia la sensibilità delle imprese sul tema sia la necessità di integrare sul territorio servizi che, accanto ad altri soggetti istituzionali, supplissero alla carenza di informazioni.

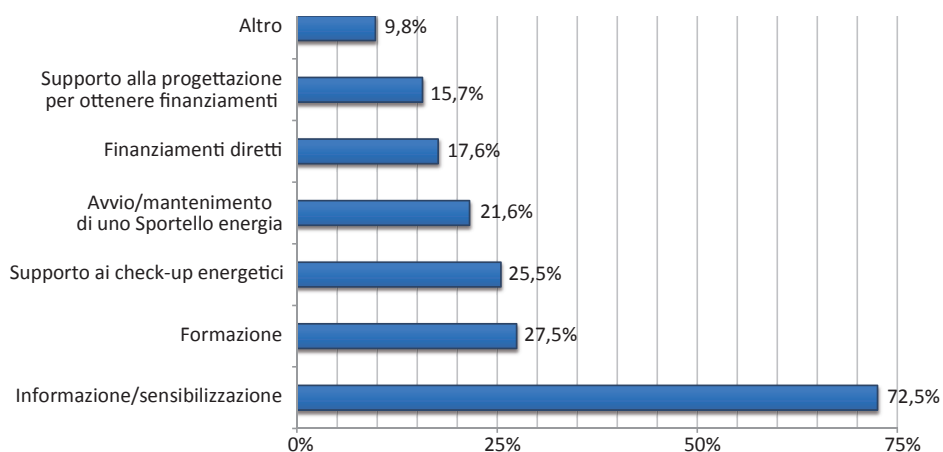
Da un terzo di Camere attive nel 2010 si è passati al 50% di realtà che nel 2011 ha svolto azioni in materia di efficientamento energetico anche con il supporto delle Aziende speciali, di fondazioni e Unioni regionali, ovvero anche cooperando con le altre reti istituzionali – a livello europeo, nazionale e locale – ugualmente impegnate sui temi della sostenibilità.

In particolare, nella misura in cui la sfida energetica risiede anche nel cambiare modo di consumare e di produrre energia, le Camere di commercio hanno intensificato le iniziative a supporto dei bisogni conoscitivi delle imprese ancora digiune di queste tematiche fino a fornire incentivazioni finanziarie per la riconversione degli impianti. In particolare, oltre il 70% delle Camere ha svolto iniziative di sensibilizzazione e informazione per percorsi di efficienza e risparmio energetico, mentre circa 1/4 ha avviato percorsi formativi e di supporto ai check-up energetici, una Camera su 5 ha già attivato uno sportello energia, iniziato ad erogare incentivi diretti alle imprese per la riconversione degli impianti, ovvero a supportare queste ultime nelle fasi di progettazione degli interventi per ottenere finanziamenti da terzi (Tav. 78).

Di rilievo risultano poi le collaborazioni con gli enti locali (58 nel 2011), dalle quali è impossibile prescindere su un tema così legato allo sviluppo del territorio. Nonostante nell'ultimo decennio il consumo energetico del settore industriale in Italia si sia ridotto di oltre il 10%, infatti, il costo dell'energia resta ancora uno dei fattori competitivi determinanti per il tessuto produttivo e, più in generale, per il Paese.

Con gli enti locali le attività hanno riguardato principalmente l'azione informativa (nel 43% dei casi di collaborazione), oltre a collaborazioni su specifiche iniziative di

Tav. 78: Le attività svolte in tema di energia/efficientamento energetico in favore delle imprese nel 2011
(% Camere per tipologia)



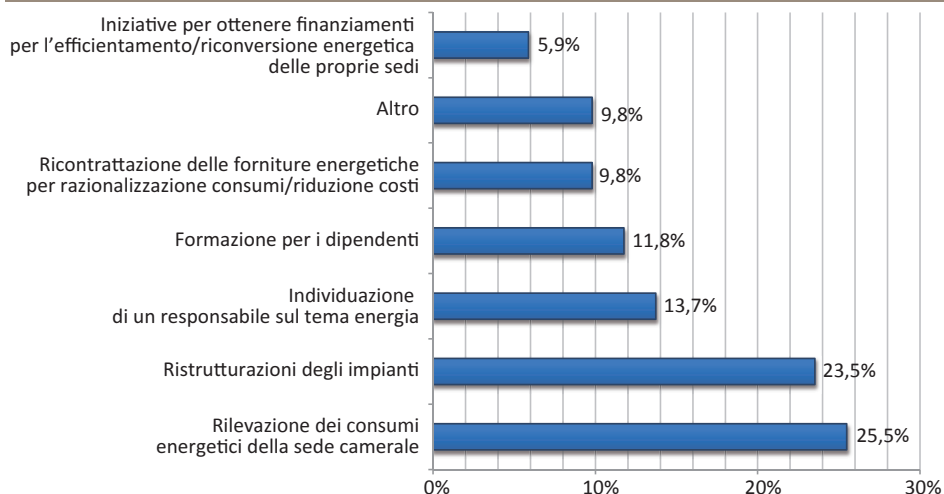
efficientamento energetico (ca. il 16%), l'attività formativa e di assistenza tecnica e la realizzazione di progetti comuni a valere su finanziamenti comunitari (nel 10% dei casi). In questa direzione si sta muovendo anche Unioncamere, tenendo conto anche dell'ampia portata dei programmi quadro in materia di energia, sia in termini economici sia di linee di intervento, oltre delle aperture di credito da parte delle istituzioni finanziarie europee.

In generale, il 2011 è stato un anno significativo per il lancio del tema all'interno del Sistema camerale, attraverso un insieme di canali. L'attivazione di una specifica linea di intervento nell'Accordo di programma di Unioncamere e del Ministero dello Sviluppo Economico ha rappresentato un primo importante input, cui è seguita l'azione di Eurochambres che, in risposta all'*Energy Efficiency Plan* della Commissione europea, si è espressa sottolineando l'importanza di promuovere l'attivazione delle misure esistenti per l'efficienza energetica, in sostituzione dell'istituzione di obiettivi obbligatori di efficientamento energetico.

Il Sistema ha poi agito attraverso la formalizzazione del "Patto tra i presidenti delle Camere di commercio per l'energia sostenibile", un accordo che si concretizzerà in un percorso verso la sostenibilità energetica ed ambientale del Sistema camerale in sintonia con le direttive comunitarie e le azioni delle amministrazioni italiane impegnate sugli stessi obiettivi, in primis quelle veicolate tramite il Patto dei sindaci. In particolare, si è formalizzato l'impegno del Sistema a perseguire gli obiettivi comunitari di riduzione della CO₂, presentare un piano di intervento delle Camere di commercio per l'energia sostenibile, armonizzare gli acquisti energetici, coinvolgere le imprese in un percorso comune di efficienza e avviare un percorso di efficientamento degli edifici camerali.

La diffusa sensibilità sul tema è comunque dimostrata dai primi dati dell'Osservatorio camerale (Tav. 79), da cui emerge come oltre il 20% delle realtà camerali abbia

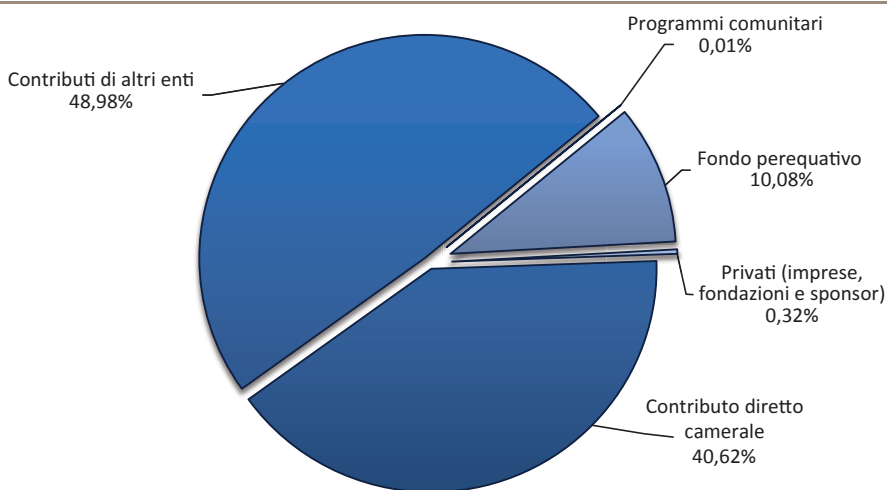
Tav. 79: Attività svolte dalle Camere per il proprio efficientamento energetico nel 2011
(% Camere per tipologia)



cominciato a porre attenzione ai propri consumi attraverso la rilevazione dei costi energetici, l'avvio di processi di ristrutturazione degli impianti, la formazione di figure professionali e la diffusione della cultura del risparmio energetico all'interno dell'ente.

Nel complesso, la crescente attenzione della rete camerale verso questi filoni di intervento è testimoniata anche dai numeri dell'impegno economico del Sistema, che si consolida nel 2011 su oltre 7 milioni di euro, di cui oltre il 40% proveniente dai bilanci camerali, un 10% dalla riperequazione dei fondi del Sistema e quasi il 50% dal cofinanziamento di soggetti terzi. È questa una delle linee di attività in cui si registra una sostanziale controtendenza rispetto alle quote registrate per i restanti filoni di intervento, e che dimostra la spiccata capacità delle Camere di commercio di muoversi su terreni innovativi, attivando modalità di partnership con altre PA per movimentare quote significative di risorse pubbliche da restituire al territorio sotto forma di maggiori servizi ed opportunità.

Tav. 80: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di CSR, Green economy ed efficientamento energetico nel 2011



Progetti locali in tema di "Responsabilità sociale (CSR)"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Aggiornamento bilancio di sostenibilità anno 2010	Università
Avellino	Progetto formativo in materia di sicurezza e per la CSR	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ordini professionali, altro
Campobasso	Workshop Responsabilità sociale d'impresa: dalle linee OCSE agli interessi del territorio	Ministero, altro
Como	Bando imprese CSR	Unioncamere regionale

Progetti locali in tema di "Responsabilità sociale (CSR)"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Cremona	Conciliazione dei tempi della vita con i tempi del lavoro	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ministero, Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico, imprese, altro
Cuneo	Corno d'Africa: Emergenza acqua - Risposta di LVIA	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, associazioni di categoria, imprese
Forlì-Cesena	Impresa etica	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, altro ente pubblico
Genova	Premio CSR	Associazioni di categoria, imprese
Lodi	Il family business tra gestione, performance e voce degli imprenditori di famiglia	
Mantova	Bando per la promozione di reti interaziendali per la conciliazione famiglia lavoro	Regione, Provincia, Comune, altro
Matera	Progetto di informazione e sensibilizzazione degli stakeholder sulle linee guida OCSE e sulla CSR	Altro
Milano	Programma CSR Camere di commercio lombarde	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, imprese
Monza e Brianza	Selezione buone prassi aziendali 2011	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Padova	Premio dell'Osservatorio Terzo settore	
Perugia	Laboratorio economia civile	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università
Prato	Centro multistakeholder per la responsabilità sociale delle imprese in India	Regione, Provincia, altro
Sondrio	Lo sviluppo del turismo sostenibile e la valorizzazione del territorio	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, imprese
Taranto	Comitato per l'imprenditorialità sociale della Camera di commercio di Taranto	
Verbania	CSR: percorso di formazione e di assistenza personalizzata e remota per la redazione del bilancio sociale	
Vicenza	Bando regionale veneto per la richiesta di contributi ai sensi della l.r. 1/2008, art. 34, in tema di certificazioni etiche	Regione
Viterbo	Premio CSR 2011	Università

Progetti locali in tema di "Green economy"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Partecipazione in collettiva alla Fiera Ecomondo 2011	Unioncamere nazionale, imprese, altro
Aosta	V edizione di Rigenergia	Associazioni di categoria, Regione, istituto/centro di ricerca, altro ente pubblico, imprese
Arezzo	Attivazione Sportello energia	
Avellino	Progetto di sistema Mare Nostrum – Settore Ambiente e tecnologie applicate	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, Ordini professionali, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), Camera di commercio estera
Bergamo	Sportello qualità, sicurezza, ambiente ed energia	
Campobasso	Progetto L'adozione di sistemi di gestione ambientale per il rafforzamento della competitività delle piccole e medie imprese	Associazioni di categoria
Catanzaro	La green economy: un nuovo modello di sviluppo sostenibile	Imprese
Crotone	Seminario responsabilità sociale d'impresa: dalla linee guida OCSE agli interessi del territorio	
Fermo	La certificazione ambientale a supporto della competitività delle imprese e i servizi informativi della CCIAA di FM in materia ambientale	
Forlì- Cesena	Club Imprese Sostenibili	Associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro
Isernia	Green economy: efficienza energetica per la competitività e lo sviluppo sostenibile delle PMI	
Latina	Villaggio emissioni zero	Istituto/centro di ricerca
Lecco	TEMA – Technology and Energy Management	Università
Lodi	Ciclo di seminari in tema di green economy	Comune
Lucca	Edilizia sostenibile: investire oggi per risparmiare domani	Associazioni di categoria, altro
Mantova	EMAS EASI	Unioncamere regionale, Regione, imprese
Milano	Ciclo di convegni sul tema della green economy	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ordini professionali, Regione, università, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Monza e Brianza	Allargamento della mission del Distretto high tech anche alle aziende green	Regione, altro

Progetti locali in tema di "Green economy"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Padova	Premio Nuova Energia	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Provincia, Comune, università, istituto/centro di ricerca, altro ente pubblico
Parma	Presentazione studio sulle energie rinnovabili in Germania nell'ambito di un progetto sullo scambio di know-how tra aziende parmensi e tedesche	
Pisa	Punto assistenza energie rinnovabili	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, imprese
Pordenone	Green economy e sviluppo sostenibile: focus sul Distretto del mobile Livenza	Associazioni di categoria, Provincia, imprese, altro
Ravenna	Sensibilizzazione dipendenti sui temi ambientali	
Reggio Calabria	Protocollo di intesa con l'Amministrazione provinciale di Reggio Calabria	Provincia
Rieti	Sviluppo sostenibile green economy	Altro
Roma	Ecopolis	Altro
Rovigo	Sviluppo sostenibile, green economy. L'opportunità per le PMI nel campo del risparmio energetico nell'edilizia e nelle energie rinnovabili	
Salerno	Trasferimento tecnologico, innovazione e green economy	Unioncamere regionale, istituto/centro di ricerca
Sondrio	Green Public Procurement – Avviso per l'erogazione di contributi alle imprese della provincia di Sondrio per l'adozione di strumenti volontari di certificazione ambientale	
Trieste	Corsi per progettisti CasaClima	Associazioni dei consumatori, Ordini professionali, altro
Udine	Green Growth: com'è il futuro della green economy?	
Verbania	Maggiore innovazione	
Vibo Valentia	Agricoltura ed energia rinnovabile	Altro

Progetti locali in tema di "Efficientamento energetico"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Trasferimento tecnologico, innovazione delle filiere produttive e sviluppo sostenibile – Realizzazione di check-up energetici presso le imprese	Istituto/centro di ricerca
Aosta	Rigenergia	Associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, altro ente pubblico, imprese

Progetti locali in tema di "Efficientamento energetico"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Arezzo	Bando pubblico per contributi alle imprese che adeguano le proprie strutture con impianti ecocompatibili	
Avellino	Incentivi alle PMI per l'efficientamento energetico ISO 16001	
Bergamo	Sportelli polivalenti per l'ambiente	Associazioni di categoria
Campobasso	Sviluppo sostenibile, green economy e le opportunità per le PMI – F. di P. 2007/2008	Associazioni di categoria
Como	Bando Energia	
Cremona	Fabbrica della bioenergia	Regione, Provincia, Comune, università, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Forlì-Cesena	Sensibilizzazione su efficientamento energetico	Altro
Grosseto	Festambiente	Unioncamere nazionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), Camera di commercio estera, altro
Isernia	La Città delle Energie: dal reale al virtuale	
La Spezia	EMAS: adozione di sistemi di gestione ambientale per rafforzare la competitività delle imprese	
Lecco	Giornate dell'ambiente e dell'energia 2011-2012	Unioncamere regionale, Provincia, Comune, università, altro
Lucca	Iniziative di sensibilizzazione sui temi del risparmio energetico e utilizzo fonti rinnovabili	Associazioni di categoria, Provincia
Milano	Dal biogas per produrre energia elettrica di rete indifferenziata al biometano a km 0: una ipotesi di lavoro per un sistema di qualità agroenergetico	Associazioni di categoria, università, istituto/centro di ricerca, imprese
Nuoro	Realizzazione impianto fotovoltaico nella sede camerale	
Padova	Energia dalle potature	Associazioni di categoria, istituto/centro di ricerca, altro
Pisa	Promozione edilizia sostenibile	Università, istituto/centro di ricerca
Pordenone	Gestione bandi regionali di agevolazioni alle imprese per risparmio energetico	
Ravenna	Analisi ambientale iniziale ai fini registrazione EMAS	
Sondrio	Sviluppo Protocollo Valtellina Eco Energy	Associazioni di categoria, Provincia, istituto/centro di ricerca, imprese
Torino	Collaborazione con Comune Torino per Smart Cities	Comune, università
Trieste	Sportello energia	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori
Verbania	Maggiore innovazione	
Vicenza	Progetto CEV	Istituto/centro di ricerca

2.12 Le attività in favore dell'ambiente

Le tematiche dell'innovazione, del miglioramento competitivo, della responsabilità sociale e dell'attenzione all'ambiente sono seguite in stretta correlazione dalle Camere di commercio. In particolare, la crescente attenzione europea e nazionale all'ambiente, che induce la normativa italiana ad affrontare ogni anno nuove tematiche e nuovi ambiti di applicazione per la tutela e il controllo del patrimonio ambientale, accentua il ruolo delle Camere di commercio in materia; ruolo ampiamente riconosciuto dalla pubblica amministrazione, dalle associazioni rappresentative degli operatori e dalle imprese stesse.

In questo ambito di intervento, le Camere di commercio rappresentano per le imprese, con il supporto delle società specializzate della rete camerale, un nucleo di riferimento operativo, di indirizzo e di informazione per una serie sempre in aumento di adempimenti ambientali, oltre che per la raccolta di dati delle imprese, il loro trasferimento alla PA – centrale e locale – e la promozione di una più profonda attenzione al tema con apposite iniziative divulgative.

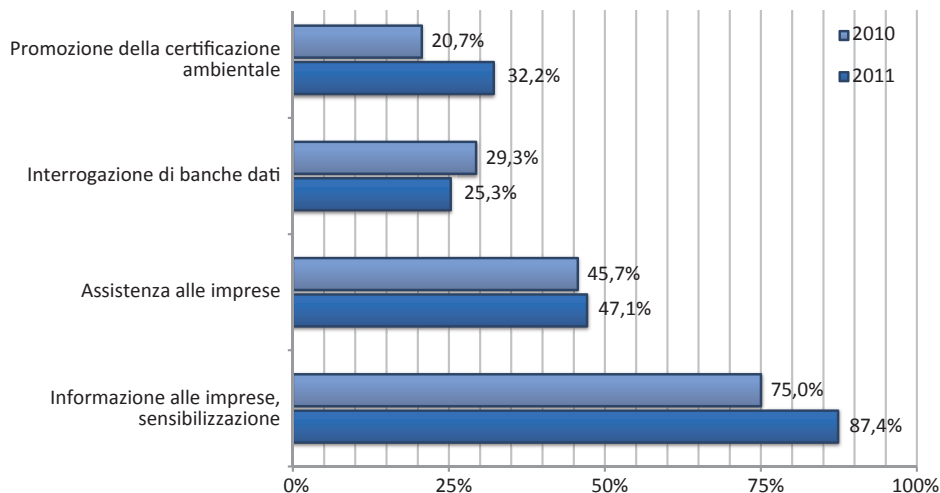
Tav. 81: I numeri di "Ambiente"

87	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2011, attività in campo ambientale di cui 25 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 5 con il supporto di altre strutture camerale (Agenzie di sistema)
90	sportelli ambiente attivati dalle Camere di commercio
2.452	iniziative di carattere amministrativo e divulgativo realizzate sui temi ambientali (in favore di 229.986 utenti/beneficiari)
299.050	dichiarazioni MUD presentate per via informatica
89.895	dichiarazioni MUD presentate per via cartacea
3.995	dichiarazioni PRTR trasmesse via web
303	nuove imprese iscritte nel Registro AEETEL
619	variazioni di dati comunicati al Registro AEETEL
4.521	comunicazioni annuali trasmesse al Registro AEETEL
222	nuove imprese iscritte nel Registro pile
272	variazioni di dati comunicati al Registro pile
2.018	comunicazioni annuali trasmesse al Registro pile
50.985	dispositivi SISTRI consegnati dalle Camere relativi a 42.200 pratiche
11.663	dispositivi SISTRI consegnati dalle Sezioni relativi a 4.039 pratiche
6,1	milioni di € di interventi economici sui temi legati alla tutela ambientale, di cui 0,7 milioni di € erogati alle imprese a titolo di agevolazione/incentivo

Attraverso l'attività degli sportelli ambiente presenti sul territorio – presenti presso quasi ogni Camera di commercio, ed accessibili anche via web mediante portali realizzati sulle infrastrutture del network camerale – è possibile espletare tutti i principali adempimenti ambientali ai quali sono chiamati imprese ed operatori del settore. Grazie alla loro operatività, le Camere agiscono con l'obiettivo di semplificare gli oneri a carico delle imprese e valorizzare i territori, aumentando i livelli di produttività ed attrattività economica (Tav. 81).

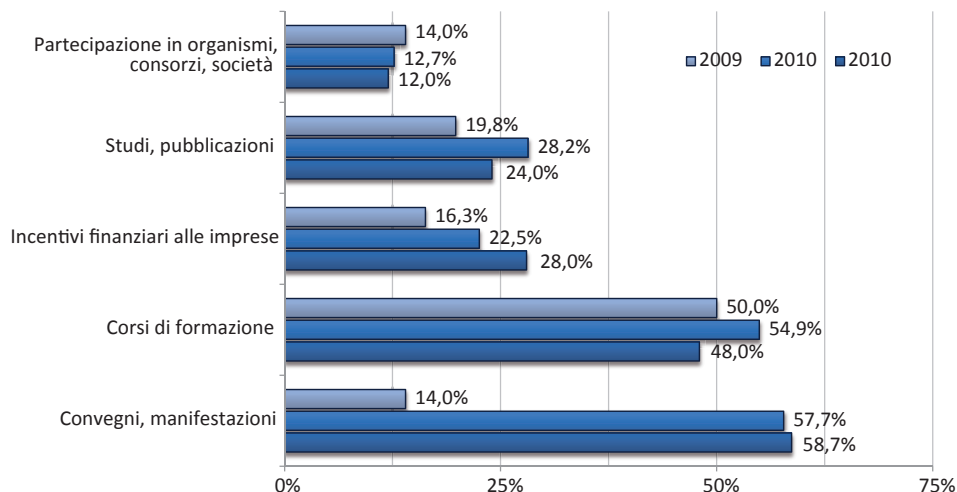
Al fine di affrontare adeguatamente le evoluzioni di settore, nel 2011 le Camere hanno rafforzato il proprio impegno nella realizzazione di nuovi strumenti tecnologici informatici finalizzati ad intraprendere una vasta gamma di iniziative di carattere tecnico e divulgativo – più di 2.400, per un totale di oltre 230.000 partecipanti o beneficiari – che per gran parte delle realtà camerali si concretizzano in assistenza diretta e sostegno alle imprese attraverso la realizzazione di seminari ed eventi sul territorio (Tavv. 82 e 83). In crescita, in questo quadro, gli interventi per la promozione presso le imprese degli strumenti di certificazione ambientale (ca. +12% di Camere attive, rispetto al 2010).

Tav. 82: Attività svolte dalle Camere di commercio in tema di ambiente nel biennio 2010-2011
(% Camere per tipologia)



Sul fronte tecnico, l'impegno si è rivolto a valorizzare l'esperienza delle Camere nella gestione di sistemi informatici di raccolta di dichiarazioni ambientali e il riconoscimento del loro ruolo centrale, specialistico e di riferimento per le imprese e la PA. In particolare, il Ministero dell'Ambiente ed ISPRA hanno affidato ad Unioncamere

Tav. 83: Iniziative intraprese per sostenere l'ambiente nel triennio 2009-2011
(% Camere per tipologia di intervento)



la realizzazione e gestione di archivi, registri, albi e sistemi web di gestione di dati ambientali: tra questi il sistema per la raccolta dei dati relativi al Registro dei produttori di apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE) e la dichiarazione delle imprese al Registro integrato delle emissioni inquinanti.

Al fine di esercitare al meglio i compiti affidati da normative vigenti ed in fase di definizione nel settore ambientale, sono stati progettati e realizzati servizi per la raccolta ed elaborazione di dichiarazioni ambientali (Modello unico di dichiarazione – MUD e raccolta della comunicazione sui Composti organici volatili – COV) e si è proceduto all'analisi e progettazione di sistemi per l'attuazione della normativa sul Sistema di controllo della tracciabilità dei rifiuti (SISTRI) e sul trattamento dei gas fluorurati ad effetto serra.

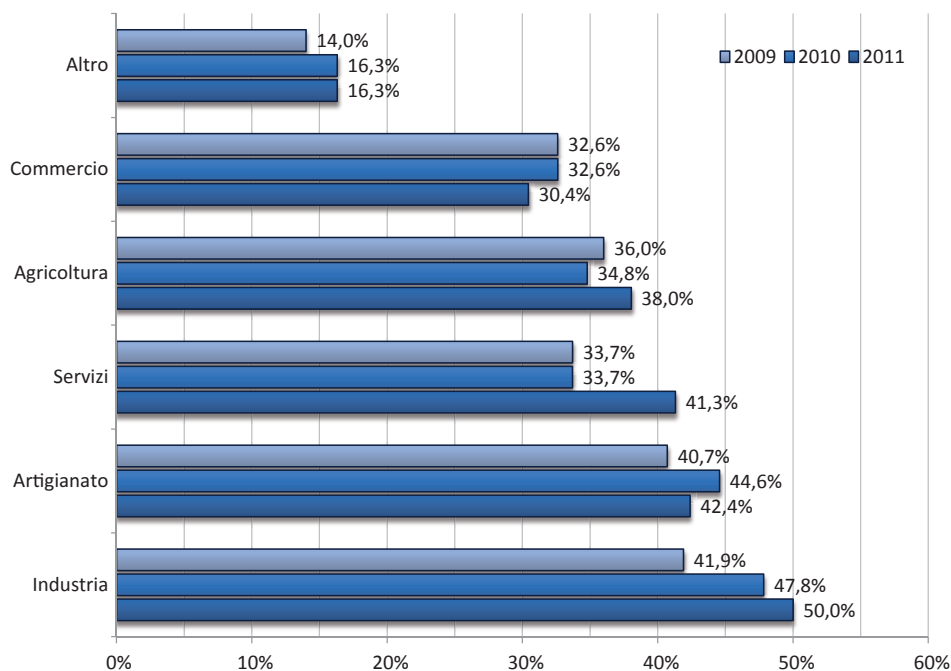
Per quanto concerne la raccolta ed elaborazioni dichiarazioni ambientali (MUD e COV) è stato realizzato il software per la compilazione telematica del MUD secondo le specifiche introdotte dal d.P.C.M. 27 aprile 2010 e dalla circolare ministeriale del 3 marzo 2011, distribuito tramite i siti web di Unioncamere e degli altri enti preposti.

Le Camere di commercio, inoltre, hanno predisposto i prodotti software per la compilazione e la presentazione del MUD su supporto magnetico da distribuire a imprese e Comuni, secondo le specifiche previste dalla normativa. L'attività ha prodotto la presentazione di circa 300.000 dichiarazioni MUD per via telematica e circa 90.000 per via cartacea. Tutte le informazioni, come negli anni precedenti, sono state poi normalizzate ed inserite nella banca dati statistica MUDA, una raccolta di dati ambientali ad alto valore aggiunto, disponibile sul Sistema informativo muda.infocamere.it, consultata per analisi economiche ed ambientali sul territorio da circa 1.000 utenti camerali.

Parallelamente, come negli anni precedenti e come la normativa dispone, sono proseguite le attività che hanno consentito alle imprese la presentazione di circa 300 comunicazioni COV e circa 4.000 dichiarazioni sulle emissioni (PRTR), l'iscrizione di circa 300 nuove imprese al RAEE, la gestione di circa 600 variazioni e l'invio di circa 4.500 comunicazioni annuali. Le Camere di commercio hanno raccolto circa 200 nuove iscrizioni al Registro pile, operato circa 300 variazioni e raccolto circa 2.000 comunicazioni annuali. Sono proseguite anche le attività di distribuzione dei dispositivi SISTRI alle imprese; nel corso dell'anno sono stati distribuiti circa 62.000 dispositivi relativi all'espletamento di circa 54.000 pratiche, anche attraverso le Sezioni dell'Albo gestori ambientali, organismi del Ministero dell'Ambiente con sede presso le Camere di commercio capoluogo di regione e provincia autonoma.

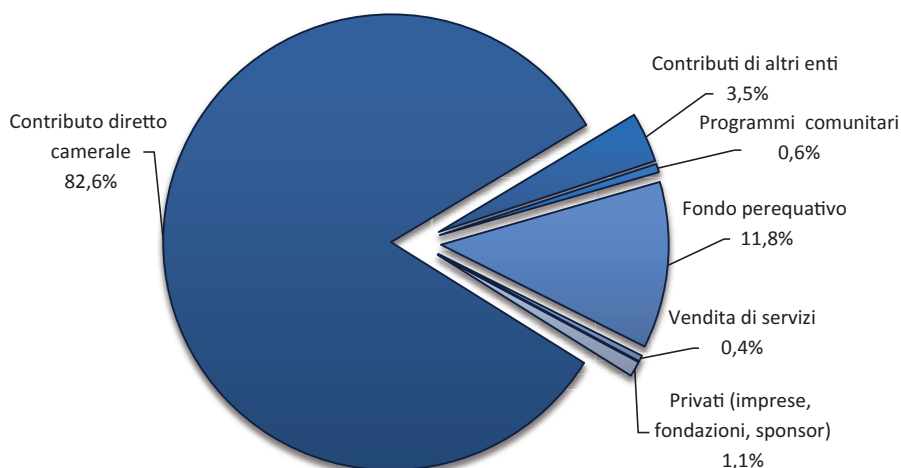
Si è inoltre attivato, presso il Sistema, un piano di lavoro finalizzato a definire le procedure organizzative per l'attuazione di normative ambientali che attribuiscono ulteriori funzioni alle Camere di commercio, relativamente al Sistema di tracciabilità dei rifiuti e al Registro degli operatori su gas fluorurati.

Tav. 84: Ambiti di intervento per le iniziative attuate dalle Camere sui temi ambientali nel triennio 2009-2011
(% Camere per settore)



Dal punto di vista dei settori destinatari delle iniziative attuate dalle Camere sui temi ambientali, per il 2011 si registra un leggero incremento delle iniziative destinate alle imprese industriali (+2,2% sul 2010), dell'artigianato e dei servizi (+7,6%) (Tav. 84); iniziative per le quali le Camere hanno sostenuto, anche tramite la rete delle Aziende speciali, spese per circa 6 milioni di euro, coperti principalmente tramite risorse derivanti dal contributo diretto camerale (82,6%) e dal Fondo di perequazione del Sistema (11,8%), con una riduzione importante della copertura derivante da introiti connessi alla vendita di servizi (sostanzialmente azzerati, rispetto al 18% dell'annualità precedente – Tav. 85).

Tav. 85: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio sui temi ambientali nel 2011



Progetti locali in tema di "Ambiente"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Gestione rifiuti apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE): adempimenti PMI	Associazioni di categoria, Provincia
Arezzo	e-Ambiente	Associazioni di categoria
Avellino	Promozione del sistema di gestione ambientale nell'APO EMAS distretto di Solofra	Associazioni di categoria, Regione, Provincia, Comune, altro ente pubblico, imprese
Belluno	Promozione dell'adozione di sistemi di gestione ambientale da parte delle PMI	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Bergamo	Contributi a imprese industriali per iniziative nel campo ambientale e della sicurezza, bando di concorso BG11AM	

Progetti locali in tema di "Ambiente"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Bolzano	Newsletter Ambiente	Provincia
Campobasso	L'adozione di sistemi di gestione ambientale per il rafforzamento della competitività delle PMI	Unioncamere regionale, associazioni di categoria
Cosenza	La competitività delle PMI attraverso il miglioramento delle performance ambientali	Associazioni di categoria, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Cremona	Formazione in materia energetica	Associazioni di categoria, Ordini professionali
Cuneo	Percorsi di accompagnamento ambientale	Associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), istituto/centro di ricerca, imprese
Fermo	Adozione dei sistemi di gestione ambientale per rafforzare la competitività delle PMI	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, imprese
L'Aquila	L'adozione di sistemi di gestione ambientali per il rafforzamento della competitività delle PMI	Unioncamere nazionale
Macerata	Risparmio energetico e sostenibilità nel settore edile	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, università, istituto/centro di ricerca, imprese, altro
Mantova	EMAS Easy	Unioncamere regionale, Regione, altro ente pubblico
Milano	Ciclo di workshop su Legislazione ambientale e semplificazione normativa	Associazioni di categoria, Ordini professionali, università, istituto/centro di ricerca
Padova	Azienda pulita	Associazioni di categoria, Provincia, altro ente pubblico, imprese
Pavia	Bando per la concessione di contributi a PMI per la certificazione e per il sistema di qualità aziendale e di gestione ambientale	
Potenza	Adozione di un sistema di gestione EMAS nell'area del Parco nazionale dell'Appennino lucano	Altro ente pubblico
Ragusa	L'adozione di sistemi di gestione ambientale per il rafforzamento della competitività delle PMI	Associazioni di categoria, altro
Ravenna	Registrazione EMAS	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Reggio Calabria	Adozione di sistemi di gestione ambientale per il rafforzamento della competitività delle PMI	Altro
Rieti	Sviluppo sostenibile green economy: le opportunità per le PMI	Altro
Roma	Progetto Area ambiente	Altro
Siracusa	Azioni di sistema di gestione ambientale per il rafforzamento della competitività delle PMI in Sicilia	Unioncamere nazionale

Progetti locali in tema di "Ambiente"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Sondrio	Green Public Procurement – Avviso per contributi alle imprese per l'adozione di strumenti volontari di certificazione ambientale	Associazioni di categoria, imprese
Taranto	Qualimprese. La forza competitiva della qualità ambientale	
Terni	Area ambiente	
Trieste	Gestione sostenibile dei rifiuti della filiera portuale	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, Ministero, Regione, Provincia, altro ente pubblico, altro
Varese	Contributi alle imprese della provincia di Varese per l'adozione di strumenti di certificazione ambientale a carattere volontario	Unioncamere regionale, associazioni di categoria

2.13 Le partecipazioni nell'economia; le infrastrutture

L'azione a sostegno della crescita passa anche per investimenti di carattere strutturale in un insieme di partecipazioni dirette al capitale di enti, organismi e società attivi nell'economia reale in ambiti determinanti per lo sviluppo, nonché "caratteristici" dell'intervento camerale: internazionalizzazione, promozione del commercio e del turismo, tutela e valorizzazione delle produzioni locali, cultura, ricerca, innovazione tecnologica, sviluppo infrastrutturale.

Sul versante degli investimenti, le scelte intraprese nel tempo dalle Camere hanno carattere di strategicità nella misura in cui concretizzano un circuito finanziario virtuoso attraverso il quale una quota importante delle risorse versate dalle imprese alle Camere di commercio torna al territorio, senza tuttavia incidere sulla spesa pubblica. L'obiettivo degli investimenti camerali, che a partire dagli anni sessanta si sono indirizzati in misura consistente nel comparto delle infrastrutture, risiede nel dare supporto alle imprese e all'economia locale ponendosi quale luogo di incontro naturale dei molteplici portatori d'interessi, di confronto e decisione su quali interventi prioritari e politiche d'investimento attivare sul territorio, sia per quanto attiene ai grandi interventi sia rispetto a quelli più contenuti.

Il trend degli investimenti conferma l'indirizzo delle Camere verso la razionalizzazione complessiva dell'impiego di risorse, di cui continua a ridursi la dispersione, a fronte di un impegno delle stesse che si concentra in misura sempre maggiore sui settori a più elevato potenziale competitivo. Al dicembre 2011 (Tav. 86) lo stock di capitale investito ammonta a circa 753 milioni di euro a fronte di poco più di 1.800 partecipazioni singole, dati che attestano un incremento nel volume degli investimenti (+2% sul 2010) cui fa da sponda la leggera contrazione nella consistenza delle quote (-3% rispetto alle quasi 1.890 del 2010).

Tav. 86: Quadro delle partecipazioni camerali nel 2011
(mln €)

	Numero	Capitale investito	
Infrastrutture	495	626,8	
Istituti di credito/fondazioni bancarie	52	0,5	
Confidi	285	1,3	
Altre	994	124,5	
Totale partecipazioni	1.826	753,2	
Dettaglio delle altre partecipazioni			
	Numero	Capitale investito	Quota associativa
Promozione e comm. all'estero e assistenza all'export	41	1,6	1,4
Formazione	124	10,5	2,3
Organismi e istituti di cultura e ricerca	153	6,2	3,7
Turismo	64	3,2	2,3
Assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica	123	15,9	1,9
Credito (esclusi Confidi, istituti di credito e fondazioni bancarie)	40	16,0	0,2
Tutela e valorizzazione delle produzioni locali	160	7,5	1,4
Promozione e sviluppo locale	289	63,6	6,6

Il processo di razionalizzazione, avviato già nel 2010, ha riguardato in particolar modo le partecipazioni nelle infrastrutture, con un incremento nel volume degli investimenti allineato sul 2% generale a fronte, però, di una contrazione di 5 punti percentuali nel numero di partecipazioni sottoscritte; queste diminuiscono dalle 520 del 2010 alle attuali 495. Nell'anno circa il 65% degli enti camerali ha modificato il proprio portafoglio partecipazioni, una percentuale leggermente inferiore rispetto agli anni precedenti (il 68% nel 2010 ed il 73% nel 2009), ma che conferma una vivace dinamica di dismissioni/acquisizioni che interessa nel tempo sia il numero delle partecipazioni sia il capitale investito.

Nel quadro generale, gli investimenti in infrastrutture per il territorio rimangono preponderanti. Oltre l'80% delle risorse investite (626,8 milioni di euro) risulta, infatti, destinato a sostenere la progettazione, realizzazione e gestione di opere nei settori della logistica e del trasporto, del supporto all'economia – fiere e spazi espositivi, centri commerciali e mercati agroalimentari – e delle reti energetiche ed ambientali, la cui disponibilità e funzionalità possono rappresentare un vero e proprio asset di competitività e volano di crescita per le imprese. Il comparto infrastrutturale traina la dinamica positiva degli investimenti delle Camere di commercio nel biennio 2010-2011, poiché – per quanto riguarda le restanti voci – il leggero incremento dei volumi investiti sul versante creditizio (istituti di credito, fondazioni bancarie e Confidi: +0,7 milioni di

euro nel biennio) è più che compensato dalla riduzione delle risorse destinate sulle altre tipologie di partecipazione: -2,4 milioni di euro nello stesso periodo.

Oltre la metà delle quote sottoscritte si concentra nella categoria delle Altre partecipazioni che assorbe, peraltro, quasi il 17% del totale del capitale investito. L'impegno finanziario delle Camere si concentra, in particolare modo, nelle partecipazioni in enti ed organismi operanti per la promozione dello sviluppo locale (63,6 milioni di euro), nel comparto del credito ed in attività di assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica; in quest'ultimo ambito, in particolare, il 2011 restituisce una riduzione di circa 1,4 milioni di euro nel capitale investito, reindirizzato almeno in parte verso gli istituti ed organismi impegnati in ambito formativo. Questi pochi dati evidenziano la rilevanza che il Sistema camerale assegna ai fattori immateriali alla base dello sviluppo locale.

Il sostegno allo sviluppo infrastrutturale

Comprendere la domanda, stabilire le priorità, definire il progetto infrastrutturale, ricercare e costruire il consenso necessario per la sua attuazione, reperire i finanziamenti – anche con il concorso del privato con lo strumento del project financing – e realizzare l'intervento sono la sfida, e l'impegno, riversati dal Sistema camerale per sostenere uno sviluppo infrastrutturale locale. Un intervento orientato a stimolare i territori per dotarli di quelle infrastrutture, materiali ed immateriali, che rappresentano una condizione necessaria per conseguire livelli crescenti di efficienza produttiva e recuperare in competitività per tenere il passo dei concorrenti europei.

D'altronde le Camere, nel proporre ed accettare questa sfida, partono non solo dalla consapevolezza del ruolo avuto nel contribuire ad arricchire le dotazioni infrastrutturali dei territori, ma anche dalla convinta partecipazione a progetti ed iniziative recenti di particolare interesse per il sostegno e la modernizzazione della piattaforma Paese.

L'evoluzione che ha caratterizzato il triennio 2009-2011 degli investimenti in infrastrutture delle Camere di commercio (Tav. 87), evidenzia dimensioni in contrazione, in termini sia del numero delle partecipazioni sottoscritte sia del capitale investito. Nello specifico, per il 2011 l'impegno finanziario delle Camere è assorbito per oltre il 53% dalle infrastrutture a supporto dell'economia e dalle infrastrutture di trasporto per poco più del 46%, mentre è residuale la partecipazione nelle infrastrutture di rete. La diminuzione del numero di partecipazioni ha riguardato tutte le 3 macro aree, ma nel 2011 il trend ha interessato in modo più pronunciato le infrastrutture di rete (in particolare il settore ambiente dove si sono dimezzate sia le partecipazioni sia il capitale investito dal 2009 al 2011).

Si riducono, nella categoria delle infrastrutture di supporto all'economia, quelle afferenti al sistema fieristico ed espositivo, pur con valori in crescita del capitale investito, mentre per quanto attiene al comparto trasportistico, a fronte di una relativa stabilità del quadro complessivo, si registrano, da un lato, il ridimensionamento degli investimenti in società e organismi di promozione e progettazione di interventi infrastrutturali (circa 1/3 del numero totale di partecipazioni, nel 2009, ed ora poco più del 20%) e, dall'altro, la progressiva focalizzazione verso gli investimenti nel comparto delle infra-

strutture stradali, che pur rimanendo sostanzialmente stabili nel numero, assorbono una quota crescente di capitale investito.

Tav. 87: Trend delle partecipazioni camerali nelle infrastrutture nel triennio 2009-2011

	2009		2010		2011	
Capitale totale investito (mln €)	584,2		612,0		626,8	
Numero totale partecipazioni	548		520		495	
	Numero	Capit. inv. (mln €)	Numero	Capit. inv. (mln €)	Numero	Capit. inv. (mln €)
Infrastrutture di supporto all'economia	135	294,8	131	321,2	119	332,1
Sistema fieristico ed espositivo	85	253,2	85	282,8	77	292,8
Mercati agroalimentari e centri commerciali	50	41,6	46	38,4	42	39,2
Infrastrutture di trasporto	367	287,2	356	289,0	346	292,9
Portualità	30	10,1	30	10,2	31	9,1
Aeroporti	95	118,4	95	114,3	97	115,0
Strade	84	48,6	98	58,6	97	66,3
Intermodalità e logistica	51	22,1	52	22,1	48	22,4
Sviluppo economico/Infrastrutturale territorio	107	87,9	81	83,7	73	80,2
Infrastrutture di rete	46	2,1	33	1,9	30	1,8
Ambiente	16	0,2	8	0,1	7	0,1
Telecomunicazioni o energia	30	1,9	25	1,8	23	1,7

Le partecipazioni nelle telecomunicazioni e nel settore energetico rappresentano la quota più rilevante dell'impegno camerale nel comparto delle cd infrastrutture "di rete", che assorbe una quota stabile – sebbene marginale – del complesso degli investimenti infrastrutturali: 1,8 milioni di euro, a fronte di 30 quote complessivamente sottoscritte su scala nazionale. Di queste, le 9 partecipazioni riguardanti il settore delle TLC sono concentrate sostanzialmente nel Nord del Paese, mentre le 14 afferenti al settore energetico, assorbite dal comparto delle energie rinnovabili, dalle aziende multiservizi o per la gestione intelligente delle risorse energetiche, sono localizzate tanto al Centro quanto nel Nord Italia.

Nel corso del 2011 Unioncamere ha concentrato molte attività su alcune specifiche linee ritenute qualificanti per il rilancio della politica infrastrutturale del Paese. Tra i filoni d'intervento, quello relativo alla banda larga, tema incluso nell'ambito dell'Accordo di programma Unioncamere-MiSE (cfr. box a p. 169), inteso con riferimento sia al processo di infrastrutturazione dei territori, sia alla promozione di una maggiore cultura digitale e di servizi avanzati di ICT che la disponibilità di infrastrutture adeguate renderebbe disponibili alle imprese, soprattutto alle micro e piccole imprese.

I dati della distribuzione territoriale delle partecipazioni in infrastrutture rimangono sostanzialmente invariati rispetto all'annualità precedente e confermano il posizionamento delle Camere del Centro Italia quali enti in prima linea sul fronte degli investimenti, intesi sia in valore assoluto, sia dal punto di vista della quota media del capitale sottoscritto (Tav. 88). Il numero più consistente di partecipazioni è tuttavia assorbito dalle Camere del Nord Est (il 32% delle quote), le quali assorbono più del 26% del capitale complessivamente investito in infrastrutture, con valori medi sempre al di sopra del milione di euro.

Tav. 88: Partecipazioni nelle infrastrutture per macro ripartizione territoriale nel 2011

Area	N. CCIAA	N. partecipazioni	Capitale medio investito (€)	Capitale investito (€)
Nord Ovest	21	129	823.689,0	106.255.883,5
Nord Est	22	160	1.039.940,2	166.390.433,3
Centro	25	130	2.237.342,6	290.854.541,2
Sud e Isole	30	76	832.913,2	63.301.405,1
Italia	98	495	1.266.267,2	626.802.263,2

Tra le attività consolidate del Sistema si confermano quelle informative e di ricerca garantite dalle funzionalità del portale nazionale TRAIL (www.trail.unioncamere.it) e dalla redazione del magazine trimestrale "Trail informa", curati entrambi da Uniontrasporti – società del Sistema specializzata sui temi delle infrastrutture, del trasporto e della logistica – che costituiscono la base informativa di riferimento sia sulle infrastrutture esistenti sia su quelle in fase di costruzione.

Dall'avvio di operatività, nel 2009, il portale ha visto un ulteriore sviluppo negli anni successivi: da un lato si è proceduto all'implementazione di portali regionali, dall'altro il TRAIL è diventato per le Camere lo strumento di riferimento che permette la messa a sistema delle informazioni e dei dati esistenti su temi quali i trasporti, le infrastrutture e la logistica. In particolare, lo strumento si è arricchito di nuove funzionalità volte a renderlo maggiormente rispondente alle esigenze delle Camere: è stata aggiunta la sezione dedicata alle grandi infrastrutture europee, quella dedicata alle infrastrutture di supporto all'economia (le fiere, che rappresentano uno dei primi settori d'investimento delle Camere di commercio, e i mercati all'ingrosso), le statistiche sui trasporti, fornendo così un maggiore contenuto informativo agli utenti e nuovi servizi di reportistica.

Nel solco delle attività avviate nel 2010 e che hanno trovato consolidamento nel corso del 2011, vi è l'attivazione presso Unioncamere della Commissione nazionale infrastrutture, che ha l'obiettivo di facilitare le Camere ad assumere un ruolo più strategico e proattivo nei confronti dei policy maker sia nella definizione delle priorità infrastrutturali, soprattutto locali, sia nel promuovere il dialogo tra i diversi stakeholder del territorio al fine di prevenire quelle situazioni di conflitto che spesso impediscono o rallentano

l'esecuzione di opere. L'attività si è concentrata sull'individuazione di infrastrutture strategiche per lo sviluppo delle PMI e dei territori, come ad esempio la banda larga e ultra larga, anche in coerenza con gli input insiti nell'Accordo di programma con il MiSE.

Le attività avviate dal Sistema camerale sulla banda larga e ultra larga nell'ambito dell'Accordo di programma Unioncamere-MiSE

Tra le attività avviate che segnano anche un ampliamento del raggio d'azione delle Camere – dalle infrastrutture di trasporto alle reti materiali e immateriali – vi è l'Accordo di programma sottoscritto a dicembre 2010, e rinnovato nel 2011, tra il Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere sul Fondo di perequazione. Obiettivo dell'accordo è sostenere quei progetti delle Camere di commercio volti a favorire la diffusione e il trasferimento dell'innovazione. In tale ambito un ruolo prioritario è stato dato alla promozione dei servizi ICT avanzati resi disponibili dalla banda larga, concentrando l'azione in modo particolare sulle PMI, al fine di venire incontro alle esigenze di quel particolare segmento di domanda che soffre maggiormente il *digital divide*.

Dei 17 progetti presentati, 11 fanno riferimento solo alla linea ICT e di questi 3 sono stati presentati dalle Unioni regionali, ed hanno coinvolto tutte le Camere di commercio della Basilicata, della Calabria, dell'Emilia Romagna e della Toscana. Gli output prevedono analisi dettagliate sul livello di infrastrutturazione a banda larga e ultra larga della provincia con un focus sui distretti e le aree industriali, nonché l'avvio di seminari formativi che hanno coinvolto sia le Camere sia gli imprenditori sulle applicazioni ICT per le imprese, al fine di far comprendere loro gli incrementi di produttività possibili utilizzando gli strumenti più avanzati di ICT. Sono stati inoltre realizzati dei focus group camerali per esaminare gli esiti dell'analisi territoriale e discutere la prefattibilità di eventuali investimenti, anche in partenariato pubblico-privato, risultati di prioritaria importanza a fronte dell'analisi territoriale e tenuto conto degli impegni ad investire dichiarati sia dai soggetti pubblici sia dagli operatori privati. Alle Camere è stato fornito uno strumento agile, di valutazione, che le ha poste nella condizione di poter riflettere, dati alla mano (compresa un'indicazione di massima degli investimenti necessari), di possibili investimenti futuri sul settore, contribuendo così al raggiungimento dei target posti dall'Agenda digitale.

Il progetto prevede la possibilità di continuare con queste attività per le Camere non coinvolte nel 2011, e di proseguire, con le Camere già coinvolte nell'anno passato, con la realizzazione di uno studio di fattibilità degli investimenti in alcune aree circoscritte, tipicamente distretti o aree industriali da loro indicate, avendo cura di evitare sovrapposizioni e in piena sinergia con gli investimenti già previsti da operatori privati e/o dai soggetti pubblici.

2.14 Programmazione e progettazione comunitaria

Nell'attuale contesto socioeconomico, i Fondi strutturali rivestono un ruolo decisivo per lo sviluppo ed il potenziamento della struttura produttiva del Paese.

Come è noto, l'Italia registra un grave ritardo nell'attuazione della programmazione comunitaria, collocandosi agli ultimi posti, tra i paesi dell'Unione Europea, per quanto riguarda l'utilizzo delle risorse per il periodo 2007-2013. Un ritardo che risulta particolarmente accentuato nelle regioni obiettivo "Convergenza" (Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Basilicata, quest'ultima in regime di phasing-out), a cui sono destinate le risorse principali nell'ambito della politica di coesione, anche se si registrano performance negative in alcune regioni dell'obiettivo "Competitività regionale e occupazione".

A fronte di ciò, negli ultimi mesi il Governo si è particolarmente impegnato sia nella parziale riscrittura delle regole di utilizzo delle risorse a valere sulla programmazione nazionale 2007-2013 – nell'ottica di una riqualificazione della spesa su precisi ambiti d'azione di stretto interesse camerale – sia nella partecipazione attiva al negoziato in corso a livello europeo per la definizione degli interventi per il periodo 2014-2020.

I due livelli trovano numerosi punti di contatto ad iniziare proprio dalla strategia attuata, a partire dalla metà del 2011, con il "Piano Sud", successivamente denominato "Piano di azione coesione", finalizzato a concentrare, d'intesa con le Regioni, la spesa dell'attuale programmazione su alcuni assi strategici con un forte coordinamento centrale nella definizione e gestione delle misure.

Tav. 89: I numeri di "Programmazione e progettazione comunitaria"

49	Camere di commercio hanno effettuato attività finalizzate alla programmazione e progettazione comunitaria
	di cui 20 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche attraverso delega funzionale) e 5 con il supporto di altre strutture camerali
24	Camere di commercio componenti dei Comitati di sorveglianza dei POR FESR e FSE 2007-2013
13	proposte presentate all'Autorità di gestione nell'ambito della programmazione regionale (7 Camere attive)
20,4	milioni di € di budget complessivo delle proposte all'Autorità di gestione nell'ambito della programmazione regionale
5	bandi/avvisi di gara nazionali a cui hanno partecipato le Camere di commercio (25 Camere attive)
19	bandi/avvisi regionali e/o locali a cui hanno partecipato le Camere di commercio
29	avvisi di cooperazione territoriale a cui hanno partecipato le Camere di commercio
46,6	milioni di € di budget complessivo dei bandi/avvisi di gara finanziati dai Fondi strutturali 2007-2013 a cui hanno partecipato le Camere di commercio
47	progetti europei a "Sportello Bruxelles" sottoscritti o partecipati dalle Camere di commercio (15 Camere attive)
35,2	milioni di € di budget complessivo dei progetti europei a "Sportello Bruxelles" a cui le Camere di commercio hanno partecipato
24,7	milioni di € di interventi economici in tema di programmazione e progettazione comunitaria

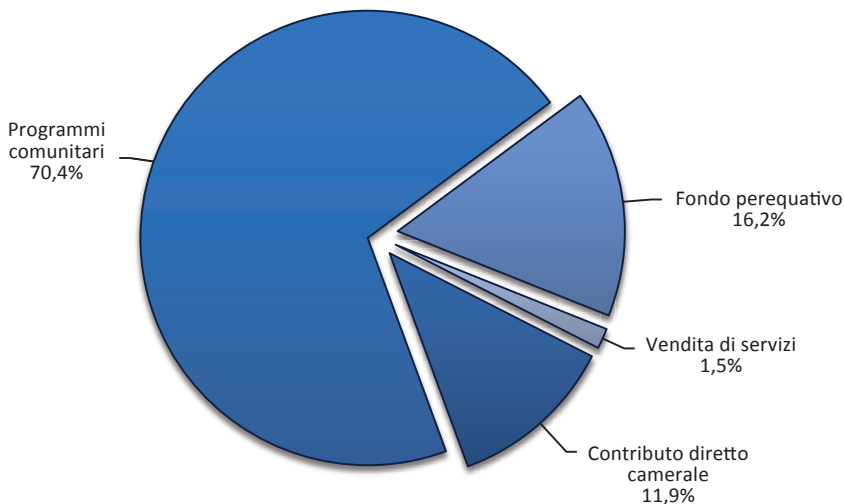
Un approccio fortemente innovativo che sta di fatto ridisegnando l'utilizzo delle risorse comunitarie nel nostro Paese ed i cui risultati incoraggianti hanno orientato la posizione italiana nell'ambito del difficile negoziato per definire le nuove regole del gioco per i prossimi sette anni.

Regole che, a fronte della concentrazione degli investimenti sulle priorità della Strategia Europa 2020, hanno il loro punto di forza nell'introduzione di specifiche condizionalità e di un rinnovato sistema di governance.

L'attività del Sistema camerale riguardo alla programmazione comunitaria dei Fondi strutturali 2007-2013 si articola secondo due direttrici principali: la partecipazione diretta a bandi e avvisi di gara finanziate dai Fondi strutturali e un'attività di informazione per la diffusione delle opportunità di finanziamento, soprattutto a favore delle piccole e medie imprese, rilevate nell'ambito di detta programmazione.

I dati per il 2011 evidenziano come quasi il 50% delle Camere di commercio abbia realizzato, direttamente o per il tramite delle proprie strutture specializzate, attività in tema di programmazione e progettazione comunitaria presentando proposte alle Autorità di gestione nell'ambito della programmazione regionale, ovvero partecipando a bandi/avvisi di gara a tutti i livelli territoriali, concorrendo ad un budget complessivo di oltre 46 milioni di euro e con un livello di intervento, in termini di risorse restituite al territorio tramite l'attuazione delle iniziative, che si aggira intorno ai 25 milioni di euro coperti per un buon 70% dalle risorse introitate tramite l'aggiudicazione dei bandi partecipati (Tav. 90).

Tav. 90: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di programmazione e progettazione comunitaria nel 2011



Dati di attuazione finanziaria per Programmi

Relativamente alle regioni obiettivo “Convergenza”, i dati del Ministero dell’Economia e delle Finanze – aggiornati al 29 febbraio 2012 – evidenziano il forte ritardo registrato nel livello di attuazione complessiva dell’obiettivo, pari, mediamente, al 20,24% per i pagamenti e al 48,90% per gli impegni, su un ammontare complessivo di circa 43,6 miliardi di euro per l’attuale programmazione 2007-2013: di tale cifra, circa 22 miliardi sono cofinanziati dallo Stato attraverso il Fondo di rotazione per l’attuazione delle politiche comunitarie, mentre 17,8 miliardi sono cofinanziati dal FESR e 3,7 miliardi dal FSE.

Le tabelle seguenti riportano i dati relativi all’attuazione finanziaria per singoli interventi nelle regioni obiettivo “Convergenza”, distinti per fondi (FESR e FSE).

Obiettivo Convergenza FESR: attuazione finanziaria per intervento al 29/02/2012

Intervento	Contributo totale 2007-2013 (a)	Attuazione finanziaria			
		Impegni (b)	Pagamenti (c)	Impegni (b/a)	Pagamenti (c/a)
POIn “Attrattori culturali, naturali e turismo”	1.015.684.536,0	277.373.822,6	166.870.717,8	27,3%	16,4%
POIn “Energie rinnovabili e risparmio energetico”	1.607.786.352,0	722.135.151,2	399.516.179,8	44,9%	24,9%
PON “Governance e AT” FESR	276.190.810,0	133.810.749,9	79.365.378,3	48,5%	28,7%
PON “Istruzione ambienti per l’apprendimento”	510.777.108,0	458.228.087,6	203.117.423,4	89,7%	39,8%
PON “Reti e mobilità”	2.749.457.782,0	1.148.605.157,0	450.384.370,7	41,8%	16,4%
PON “Ricerca e competitività”	6.205.393.642,0	3.960.652.503,1	1.634.416.956,8	63,8%	26,3%
PON “Sicurezza per lo sviluppo”	1.158.080.874,0	471.027.798,5	325.467.105,7	40,7%	28,1%
Calabria	2.998.240.052,0	1.293.356.202,6	501.392.032,9	43,1%	16,7%
Campania	6.864.795.198,0	2.779.770.913,6	798.003.720,0	40,5%	11,6%
Puglia	5.238.043.956,0	3.109.007.464,0	1.192.026.726,6	59,4%	22,8%
Sicilia	6.539.605.100,0	2.730.495.143,8	809.500.840,1	41,8%	12,4%
Basilicata	752.186.373,0	434.763.840,4	248.951.269,3	57,8%	33,1%
Totale	35.916.241.783,0	17.519.226.834,1	6.809.012.721,4	48,8%	19,0%

Fonte: Ministero dell’Economia e delle Finanze – Dipartimento della Ragioneria generale dello Stato

Obiettivo Convergenza FSE: attuazione finanziaria per intervento al 29/02/2012

Intervento	Contributo totale 2007-2013 (a)	Attuazione finanziaria			
		Impegni (b)	Pagamenti (c)	Impegni (b/a)	Pagamenti (c/a)
Campania	1.118.000.000,0	391.337.681,3	169.555.346,7	35,0%	15,2%
Calabria	860.498.754,0	372.475.019,3	223.993.319,1	43,3%	26,0%
Sicilia	2.084.308.298,0	832.675.475,8	362.977.002,9	40,0%	17,4%
Basilicata	322.365.588,0	165.590.431,9	116.486.413,7	51,4%	36,1%
Puglia	1.279.200.000,0	433.974.195,3	287.300.661,0	33,9%	22,5%
PON “Governance e azioni di sistema”	517.857.770,0	357.139.322,2	135.340.242,5	69,0%	26,1%
PON “Competenze per lo sviluppo”	1.485.929.492,0	1.238.883.629,8	718.689.805,9	83,4%	48,4%
Totale	7.668.159.902,0	3.792.075.755,5	2.014.342.791,7	49,5%	26,3%

Fonte: Ministero dell’Economia e delle Finanze – Dipartimento della Ragioneria generale dello Stato

Per le regioni obiettivo “Competitività regionale e occupazione”, i dati del Ministero dell’Economia e delle Finanze – aggiornati al 29 febbraio 2012 – registrano un livello di attuazione pari, mediamente, al 34,27% per i pagamenti e al 55,45% per gli impegni,

su un ammontare complessivo di oltre 15,8 miliardi di euro per la programmazione 2007-2013: di tale ammontare, oltre 9,4 miliardi di euro sono cofinanziati dallo Stato attraverso il Fondo di rotazione per l'attuazione delle politiche comunitarie, mentre 3,1 miliardi sono cofinanziati dal FESR e altrettanti 3,2 miliardi dal FSE. Le tabelle seguenti riportano i dati relativi all'attuazione finanziaria per singoli interventi nelle regioni obiettivo "Competitività regionale e occupazione", distinti per fondi (FESR e FSE).

Obiettivo Convergenza FESR: attuazione finanziaria per intervento al 29/02/2012

€

Intervento	Contributo totale 2007-2013 (a)	Attuazione finanziaria			
		Impegni (b)	Pagamenti (c)	Impegni (b/a)	Pagamenti (c/a)
Abruzzo	345.369.139,0	196.267.681,7	142.134.893,9	56,8%	41,2%
Emilia Romagna	346.919.699,0	305.570.632,1	119.223.334,3	88,1%	34,4%
Friuli Venezia Giulia	303.001.323,0	200.697.934,8	87.735.675,2	66,2%	29,0%
Lazio	743.512.676,0	308.000.368,4	193.915.573,9	41,4%	26,1%
Liguria	530.235.365,0	289.104.718,9	145.501.901,3	54,5%	27,4%
Lombardia	532.000.000,0	311.983.373,4	172.525.930,2	58,6%	32,4%
Marche	288.801.634,0	128.241.788,5	90.776.174,6	44,4%	31,4%
Molise	192.518.742,0	87.335.683,6	48.933.648,7	45,4%	25,4%
P.A. di Bolzano	74.918.344,0	57.760.048,0	24.619.311,5	77,1%	32,9%
P.A. Trento	64.287.142,0	42.824.087,3	26.978.557,9	66,6%	42,0%
Piemonte	1.076.958.254,0	576.322.663,4	362.150.851,0	53,5%	33,6%
Toscana	1.126.652.231,0	752.664.906,4	336.348.863,3	66,8%	29,9%
Umbria	348.116.092,0	152.807.922,9	97.447.470,6	43,9%	28,0%
Valle d'Aosta	48.810.613,0	30.886.708,1	19.806.539,4	63,3%	40,6%
Veneto	452.688.244,0	242.666.663,7	120.549.745,7	53,6%	26,6%
Sardegna	1.701.679.413,0	571.055.103,6	484.571.007,6	33,6%	28,5%
Totale	8.176.468.911,0	4.254.190.284,6	2.473.219.479,3	52,0%	30,3%

Fonte: Ministero dell'Economia e delle Finanze – Dipartimento della Ragioneria generale dello Stato

Obiettivo Competitività FSE: attuazione finanziaria per intervento al 29/02/2012

€

Intervento	Contributo totale 2007-2013 (a)	Attuazione finanziaria			
		Impegni (b)	Pagamenti (c)	Impegni (b/a)	Pagamenti (c/a)
Abruzzo ¹	316.563.222,0	88.786.334,3	67.204.031,7	28,1%	21,2%
Emilia Romagna	806.490.114,0	618.180.348,9	423.108.794,1	76,7%	52,5%
Friuli Venezia Giulia	319.225.628,0	198.411.473,3	115.048.070,6	62,2%	36,0%
Lazio ²	736.077.550,0	350.928.234,6	183.854.629,0	47,7%	25,0%
Liguria	395.073.052,0	230.115.728,9	126.897.793,6	58,3%	32,1%
Lombardia	798.000.000,0	494.194.250,8	375.377.970,2	61,9%	47,0%
Marche	281.551.141,0	167.037.495,3	126.232.466,0	59,3%	44,8%
Molise	102.897.150,0	50.192.164,3	29.190.869,7	48,8%	28,4%
P.A. di Bolzano	160.220.460,0	117.725.695,8	60.523.371,1	73,5%	37,8%
P.A. Trento	218.570.270,0	201.032.534,0	123.189.619,5	92,0%	56,4%
Piemonte	1.007.852.446,0	644.506.329,8	416.589.906,3	64,0%	41,3%
Toscana	664.686.347,0	379.699.798,0	231.556.524,0	57,1%	34,8%
Umbria	230.417.088,0	107.228.532,3	76.322.992,5	46,5%	33,1%
Valle d'Aosta	82.278.860,0	47.323.870,2	22.255.890,2	57,5%	27,1%
Veneto	716.697.817,0	369.040.905,5	237.897.423,2	51,5%	33,2%
Sardegna	729.291.176,0	394.245.526,7	302.878.501,7	54,1%	41,5%
PON "Azioni di Sistema"	72.000.000,0	56.856.869,1	28.821.126,5	79,0%	40,0%
Totale	7.637.892.321,0	4.515.506.091,8	2.946.949.980,0	59,1%	38,6%

1. La certificazione di spesa relativa all'ultima domanda di pagamento, pari a € 79.443.652,07, è superiore di € 12.239.620,37 al dato dei pagamenti di monitoraggio.

2. La certificazione di spesa relativa all'ultima domanda di pagamento, pari a € 201.924.388,59, è superiore di € 18.069.759,58 al dato dei pagamenti di monitoraggio.

Fonte: Ministero dell'Economia e delle Finanze – Dipartimento della Ragioneria generale dello Stato

In questo scenario, all'interno del Sistema camerale si sta rafforzando la consapevolezza di poter svolgere un ruolo più propositivo ed attivo nell'ambito delle politiche di sviluppo locale legate alla programmazione comunitaria ed all'utilizzo dei fondi europei. Un ruolo che sia strutturale ed incisivo, sia nella fase di programmazione degli interventi sia nella loro attuazione, coerentemente all'architettura europea della politica di coesione.

Nell'ambito delle riflessioni di Sistema è stato per questo avviato un insieme di iniziative di approfondimento ed analisi dell'attività camerale in materia che, in prospettiva, consentirà da un lato, di individuare le priorità tematiche su cui concentrare, in modo efficace, l'intervento in favore delle imprese e, dall'altro, di definire le modalità e gli strumenti più efficaci per promuovere e valorizzare il ruolo dei Sistemi camerali locali quali partner delle rispettive Regioni nella progettazione e realizzazione di una parte degli interventi che saranno attuati.

Il tutto nell'ottica di rafforzare l'intervento della rete camerale, oltre che nella sua interezza, anche con particolare riferimento a quei territori che presentano maggiori criticità e debolezze e in un'ottica di cooperazione transfrontaliera. Tra le iniziative di questo tipo, ad esempio, nel corso del 2011 vale la pena segnalare la partecipazione del Sistema camerale dell'Adriatico – con il coordinamento di Unioncamere – al II bando per progetti ordinari del Programma di cooperazione transfrontaliera IPA-CBC-Adriatico, con la presentazione di due progetti “di sistema” denominati “BRAND” (Business Relations for Adriatic koiné as a New touristic Destination) nel settore turistico e “PR.E.S.A.” (Promoting Energy economy and Saving in the Adriatic) nel settore dell'energia, i cui partenariati hanno visto un'ampia partecipazione delle strutture camerali eleggibili sui versanti adriatico e balcanico.

2.15 Conoscere il territorio; statistica, studi e documentazione

Il contributo delle Camere a sostegno dello sviluppo riguarda, oltre alle forme di intervento “diretto” in favore del tessuto imprenditoriale, anche la disseminazione di conoscenze ed informazioni per il territorio e gli attori – istituzionali e privati – che vi operano. Si tratta di azioni trasversali rispetto ai vari ambiti dell'intervento, realizzate tramite le attività degli Uffici studi camerali per la ricerca, l'informazione economico-statistica e la lettura delle dinamiche riguardanti i principali avvenimenti economici e i loro driver, nonché le relative implicazioni settoriali.

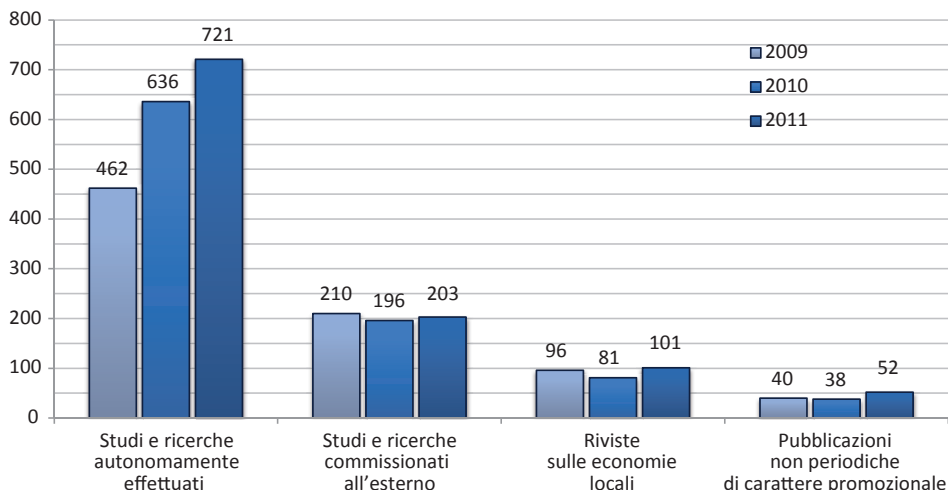
La gravità e la complessità della crisi economica mondiale, la sua inevitabile trasformazione da “crisi finanziaria” a “crisi dell'economia reale” e quindi “delle imprese”, la mancanza di convincenti e sostanziali segnali di ripresa, hanno poi accentuato l'importanza dell'informazione per conoscere e interpretare correttamente l'evoluzione dei vari fenomeni in corso. Si è, di conseguenza, resa più pressante la domanda di studi e statistiche per cercare di analizzare e comprendere i cambiamenti in atto e tentare di trovare possibili soluzioni.

Tav. 91: I numeri di "Studi, ricerche e informazione economico-statistica"

103	Camere di commercio hanno svolto, nel corso del 2011, attività di studio, ricerca e informazione economico-statistica di cui 8 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 11 con il supporto di altre strutture camerali (Centri estero, Unioni regionali, società partecipate, CCIE)
57	Camere di commercio hanno realizzato progetti/iniziative in collaborazione con enti locali o ad essi rivolti
721	studi e ricerche effettuati dalle Camere di commercio su iniziativa autonoma
308	osservatori economici realizzati
437	riviste e pubblicazioni editate dalle Camere di commercio, di cui 331 periodiche
10,1	milioni di € di interventi economici per le attività di studio e ricerca

In risposta a tale esigenza, nel 2011 gli Uffici studi e statistica delle Camere di commercio attive sul territorio (Tav. 91) hanno aumentato notevolmente la produzione di studi e ricerche originali, mettendo a disposizione dei policy maker informazioni sempre più aggiornate e dettagliate per orientare le loro scelte in termini di misure economiche a sostegno delle imprese e, per esteso, dei sistemi produttivi locali. Questa dinamica ha riguardato in modo significativo la produzione autonoma di studi, ricerche e divulgazione economica da parte degli Uffici studi, con un incremento del 13% degli studi e ricerche realizzati autonomamente rispetto al 2010 (Tav. 92).

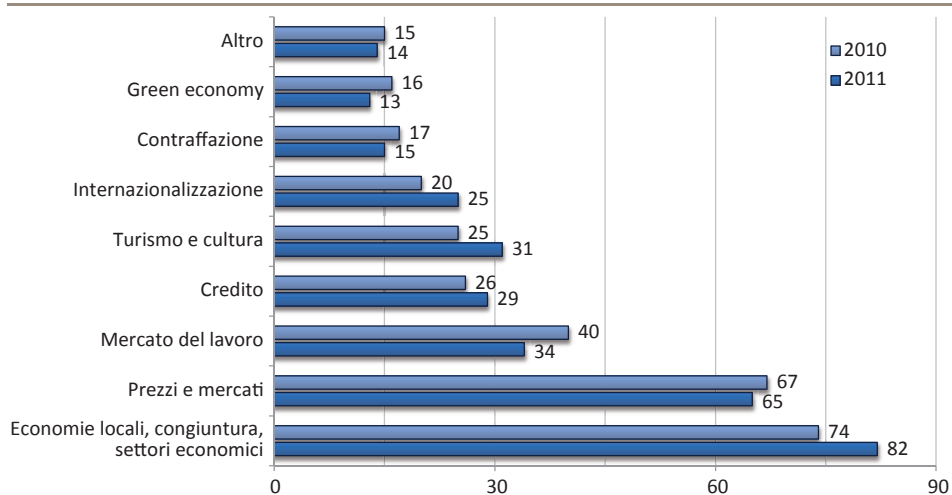
Tav. 92: Studi e pubblicazioni realizzati dalle Camere di commercio nel triennio 2009-2011 (n. per tipologia)



Stesso trend, anche se con un'incidenza decisamente ridotta, per le attività commissionate dall'esterno, ovvero diffuse su riviste dedicate alle economie locali ovvero, ancora, su pubblicazioni non periodiche a carattere promozionale.

In questo quadro, gli Uffici studi e statistica oltre a produrre propri studi e ricerche operano quale organo del SISTAN, il Sistema statistico nazionale, garantendo una serie di funzioni di fondamentale importanza in quanto rete territoriale di riferimento per tutte le statistiche economiche. Attraverso la partecipazione ai diversi Circoli di qualità organizzati dall'ISTAT, in particolare, vengono illustrate, valorizzate e – successivamente – diffuse le attività di ricerca realizzate, di anno in anno, dal Sistema camerale e quindi inserite nel PSN. Da notare come, dal punto di vista della divulgazione informativa, e al fine di soddisfare una tipologia di utenza sempre più ampia e diversificata, gli Uffici studi comunicano con la propria utenza soprattutto attraverso il canale telematico, che ormai da anni prevale sui canali tradizionali di accesso quali il servizio telefonico e gli sportelli diretti, in passato canale di accesso privilegiato nel rapporto con il pubblico.

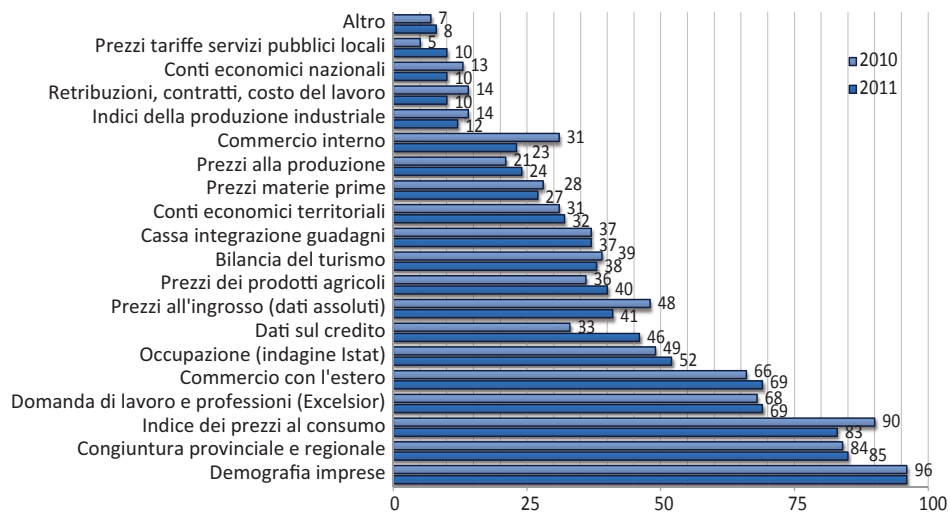
**Tav. 93: Osservatori economici realizzati dalle Camere di commercio
nel biennio 2010-2011
(n. per ambito di indagine)**



Degli oltre 300 Osservatori economici realizzati dal Sistema camerale, nel corso del 2011, oltre 1/4 è dedicato ad ambiti di approfondimento relativi all'analisi territoriale, cui fanno stretto seguito attività di monitoraggio ed analisi sulle dinamiche dei prezzi (Tav. 93). Tra le linee di ricerca maggiormente valorizzate e diffuse nel campo dell'informazione economico-statistica, spiccano quelle relative alla demografia delle imprese e le analisi congiunturali, a livello provinciale e regionale (realizzati da quasi ogni realtà camerale attiva), mentre il peggioramento della crisi economica ha portato un numero

sempre maggiore di Camere a soddisfare le maggiori esigenze informative riguardo agli indicatori relativi al mercato del lavoro, all'accesso al credito ed al commercio con l'estero (Tav. 94).

Tav. 94: Informazione economico-statistica delle Camere di commercio per temi di ricerca nel biennio 2010-2011
(n. Camere per ambito)



Il ruolo delle Camere di commercio quali "osservatori privilegiati" delle economie locali ha trovato particolare espressione e valorizzazione in occasione della Giornata dell'economia, la cui IX edizione si è tenuta a livello nazionale il 5 maggio 2011 e alla quale ha fatto seguito il 6 maggio 2011 la manifestazione a livello provinciale, realizzata in maniera congiunta nelle 105 Camere di commercio.

Per l'occasione, il Centro studi Unioncamere – in collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne e InfoCamere – ha predisposto e messo a disposizione con dettaglio provinciale e regionale 131 tavole statistiche suddivise in 18 tematiche, in modo che ciascuna Camera di commercio e Unione regionale ha potuto leggere in modo originale le tendenze evolutive del proprio sistema produttivo locale.

Sono state affrontate diverse tematiche economiche: lo stato delle economie locali, la situazione delle aziende nei diversi settori di attività, le performance e le strategie delle PMI, il riposizionamento strategico delle imprese italiane all'estero, i servizi per la competitività e l'attrattività dei territori, il reddito e la ricchezza delle famiglie e, non da ultimo, l'impatto degli andamenti economici sul versante occupazionale.

Alla IX Giornata dell'economia ha aderito la quasi totalità delle Camere di commercio, ciascuna delle quali ha presentato e pubblicato il proprio rapporto sulle tendenze

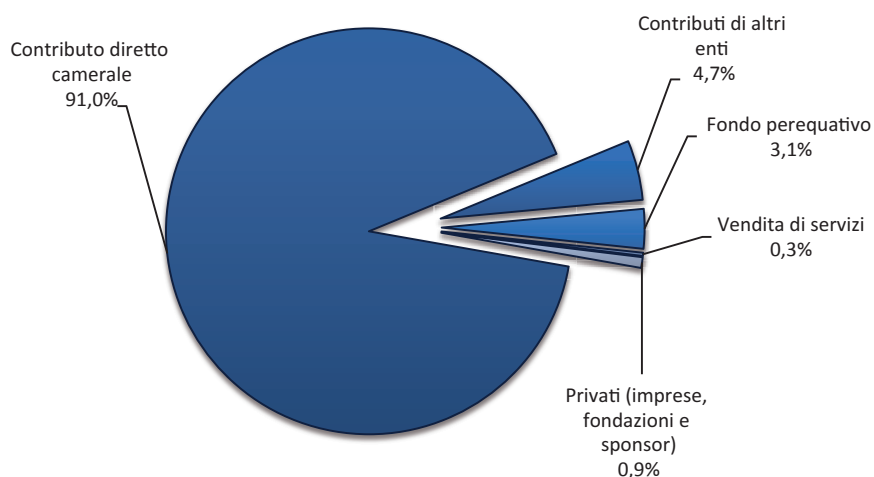
evolutive dei sistemi produttivi locali, suscitando, come di consueto, un grande interesse presso i media e l'opinione pubblica: numerose testate giornalistiche nazionali e locali vi hanno dato risalto, spesso con servizi dettagliati finalizzati ad analizzare e commentare le informazioni economiche e statistiche messe a disposizione degli utenti.

Da segnalare anche per il 2011 il coinvolgimento diretto di soggetti imprenditoriali in occasione dell'evento di lancio nazionale dell'iniziativa, la cui testimonianza ha consentito di offrire spunti originali al dibattito sulle prospettive dell'economia italiana, e in particolare allo strumento del contratto di rete quale misura da intraprendere per una maggiore competitività e forza imprenditoriale.

Le informazioni prodotte e diffuse in occasione della Giornata dell'economia, unitamente ai diversi studi e ricerche a carattere statistico-economico prodotti dal Sistema camerale, vengono divulgati al pubblico attraverso Starnet (www.starnet.unioncamere.it), il portale statistico del Sistema camerale. La tempistica di comunicazione delle diverse informazioni segue nella maggioranza dei casi la cadenza trimestrale, sia che si tratti delle indagini a carattere congiunturale, sia che si tratti di demografia delle imprese, fino ad arrivare agli studi sul mercato del lavoro.

Il portale Starnet si sta sempre più connotando come lo strumento di accesso principale al patrimonio informativo sulle economie locali del Sistema camerale. Il report annuale sul traffico utenti relativo al 2011 fornisce numeri in considerevole aumento rispetto a quelli degli anni precedenti: il portale è stato visitato in media giornaliera circa 1.400 volte (+40% rispetto al 2010) da quasi 600 utenti (nel 2010 erano 500) che, durante ciascuna sessione di navigazione, hanno visualizzato una media di circa 7 pagine (4 nel 2010).

Tav. 95: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di statistica, studi, ricerche e documentazione nel 2011



L'impegno profuso dalle Camere di commercio nella produzione di dati e di ricerche originali, realizzati quasi esclusivamente grazie a risorse economiche provenienti dagli stessi bilanci camerali (Tav. 95), nonché la continua e capillare attività di promozione e diffusione dell'informazione prodotta, vengono infine accompagnati da iniziative di comunicazione mirate a sensibilizzare istituzioni, imprese e cittadini sui diversi temi legati allo sviluppo economico territoriale, contribuendo, così, ad affermare il ruolo nevralgico delle Camere nell'orientare e promuovere lo sviluppo del Paese.

Progetti locali in tema di "Statistica, studi ed attività di ricerca"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Alessandria	Osservatorio agroalimentare	Provincia
Aosta	Realizzazione Sistema informativo osservatorio economico (SIOE)	Regione
Arezzo	Rapporto sull'accesso al credito in provincia di Arezzo	Istituto/centro di ricerca
Avellino	Scenari di sistema e risorse umane in provincia di Avellino	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, imprese, altro
Belluno	Studio storico-economico sulla provincia negli anni venti	
Bergamo	Osservatorio mercato del lavoro e territorio con Provincia di Bergamo	Provincia, università
Biella	Osservatorio sul turismo biellese	Provincia, Comune, altro
Bologna	Osservatorio fiscale	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ordini professionali, Regione, Provincia, Comune, università, altro ente pubblico
Bolzano	Artigianato altoatesino – Struttura ed evoluzione	Associazioni di categoria, Provincia
Brescia	Sistema di rilevazione prezzi mercati mondiali	Associazioni di categoria
Brindisi	Il edizione Informazione statistica territoriale anno 2010	Provincia, Comune, altro ente pubblico, altro
Catanzaro	Osservatorio economico camerale – Polos – Giornata dell'economia	
Como	Centro studi economia comasca	
Cosenza	Accordo di programma tra CCIAA di Cosenza e Università della Calabria Promozione e sviluppo delle imprese nella provincia di Cosenza (PSIC)	Università
Cremona	Studio sull'imprenditorialità nel comune di Cremona	Associazioni di categoria, Comune
Crotone	Polos 2011	
Cuneo	Progetto Fondo perequativo 2007-2008: Progetto Lapideo	Associazioni di categoria, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Ferrara	Sistema monitoraggio annuale imprese e lavoro	Unioncamere regionale
Firenze	Progetto legalità	Ordini professionali, altro ente pubblico
Forlì-Cesena	SIMET	

Progetti locali in tema di "Statistica, studi ed attività di ricerca"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Gorizia	Indagine congiunturale sulle imprese della provincia	
Grosseto	Rapporto strutturale Polos	Istituto/centro di ricerca
Imperia	Rapporto economia Imperia 2011	Istituto/centro di ricerca
L'Aquila	Doing Business	
Latina	Analisi della situazione economico-patrimoniale delle imprese provinciali	
Lucca	Lucca: imprese di tradizione e successo	
Massa Carrara	Effetti diretti e indiretti di determinate manifestazioni culturali nel centro storico di Carrara	Altro ente pubblico
Milano	Revisione dell'Indice delle materie prime CCIAA Milano-REF e della sua struttura di ponderazione	Associazioni di categoria, istituto/centro di ricerca
Monza e Brianza	Rapporto Brianza 2011. Imprese e territorio	Associazioni di categoria
Parma	Approfondimento dell'analisi tradizionalmente dedicata al credito nel quadro del rapporto annuale sull'economia provinciale (pubblicato in occasione della Giornata dell'economia, Definire nuove modalità di incontro, analisi e confronto sulle tematiche del credito alle imprese	Associazioni di categoria, Provincia, altro
Perugia	Studio sulle medie imprese della provincia di Perugia	Università
Pisa	Insiediamento aree produttive di Ospedaletto e Montacchiello	Comune, istituto/centro di ricerca
Pistoia	Osservatorio bilanci società di capitale	Università
Ravenna	Centro studi con amministrazione provinciale con relativo dataware-house	Provincia, istituto/centro di ricerca
Reggio Calabria	Osservatorio della competitività territoriale	
Reggio Emilia	Osservatorio economico. Coesione sociale e legalità	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Provincia, Comune, Università, altro ente pubblico
Rieti	Osservatorio economico provinciale Polos	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, istituto/centro di ricerca
Roma	Progetto per lo sviluppo del Terzo settore	Provincia, università, imprese, altro

Progetti locali in tema di "Statistica, studi ed attività di ricerca"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Sondrio	Relazione sull'andamento economico della provincia di Sondrio	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Terni	Bilancio di metà mandato	
Torino	Creare imprese: la nuova imprenditorialità in provincia di Torino	Associazioni di categoria
Trapani	Trapani a vele spiegate	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, università
Trieste	Infrastrutture, informazione e consenso: la Camera di commercio al centro del dibattito pubblico	Unioncamere nazionale, Regione, Provincia, Comune, istituto/centro di ricerca, altro
Udine	Viene inviato via mail il consuntivo attività 2011 del Centro studi – Ufficio statistica e prezzi	Associazioni di categoria, università, imprese
Varese	Varese 2020	Associazioni di categoria, Provincia, università
Verbania	SMAIL: aggiornamento banca dati delle imprese e del lavoro nel VCO (aggiornamento annuale e semestrale)	Istituto/centro di ricerca
Verona	Branding Verona. Un viaggio tra protagonisti e strumenti delle politiche di marca delle imprese veronesi	Università
Vibo Valentia	Rapporto sull'attrattività turistica in provincia di Vibo Valentia 2011	Provincia
Vicenza	Integrazione dell'Ufficio Borsa immobiliare all'interno del Servizio informazione economica	Unioncamere regionale, associazioni di categoria
Viterbo	Rapporto sull'economia della Tuscia viterbese	

2.16 La comunicazione e le azioni divulgative

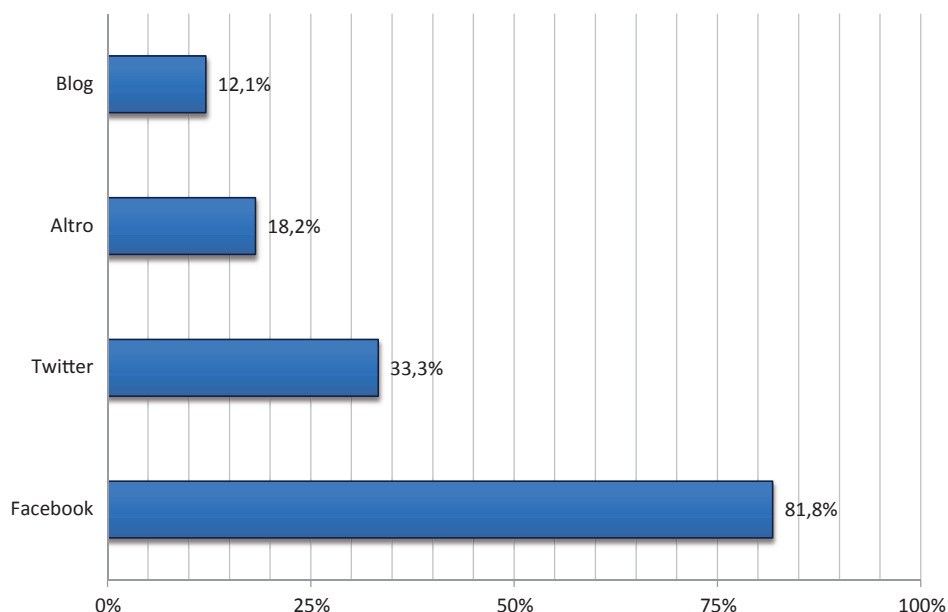
In generale, la valorizzazione dell'impegno camerale nel fare proprie le esigenze del territorio, e tradurle in servizi concreti ed azioni di policy, è il frutto di uno sforzo aggiuntivo delle Camere orientato a migliorare e qualificare la comunicazione con la propria utenza di riferimento. In un quadro di crescente attenzione verso i temi dell'efficienza, della qualità e della trasparenza dell'azione pubblica, tuttavia, tale sforzo richiede un passaggio aggiuntivo da realizzare per comunicare al meglio i risultati della propria attività, per farsi conoscere ed apprezzare quale rete di amministrazioni – articolata per soggetti e per funzioni – che agisce in risposta all'obiettivo unitario di sostenere e promuovere la competitività locale e nazionale.

Tav. 96: I numeri di "Divulgazione e comunicazione"

96	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, iniziative di comunicazione e divulgazione di cui 14 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale), 5 con il supporto di altre strutture camerali e 9 con l'ausilio di fornitori esterni
72	Camere di commercio hanno realizzato campagne pubblicitarie a carattere istituzionale
64	Camere realizzano una newsletter (282.920 utenti nel 2011)
41	Camere realizzano una rivista (389.202 utenti nel 2011)
11	Camere di commercio dispongono di una web tv
19	Camere di commercio hanno aperto un canale video su YouTube
34	Camere di commercio utilizzano strumenti di comunicazione Web 2.0

In quest'ottica, le Camere stanno iniziando a cogliere le opportunità offerte dai nuovi strumenti di comunicazione per far conoscere la propria offerta di servizi alle imprese, le proprie aree strategiche di sviluppo e le principali linee di intervento. In particolare, a fronte di una riduzione sensibile nell'utilizzo dei "tradizionali", e più costosi, canali di comunicazione istituzionale e vista la crescente diffusione di notizie di servizio attraverso le tecnologie

Tav. 97: Strumenti di comunicazione Web 2.0 utilizzati dalle Camere nel 2011
(% Camere per tipologia)



che vanno sotto il nome di “web 2.0” – i cui costi di accesso e gestione risultano piuttosto contenuti – le Camere stanno iniziando ad adeguare il proprio modello comunicativo.

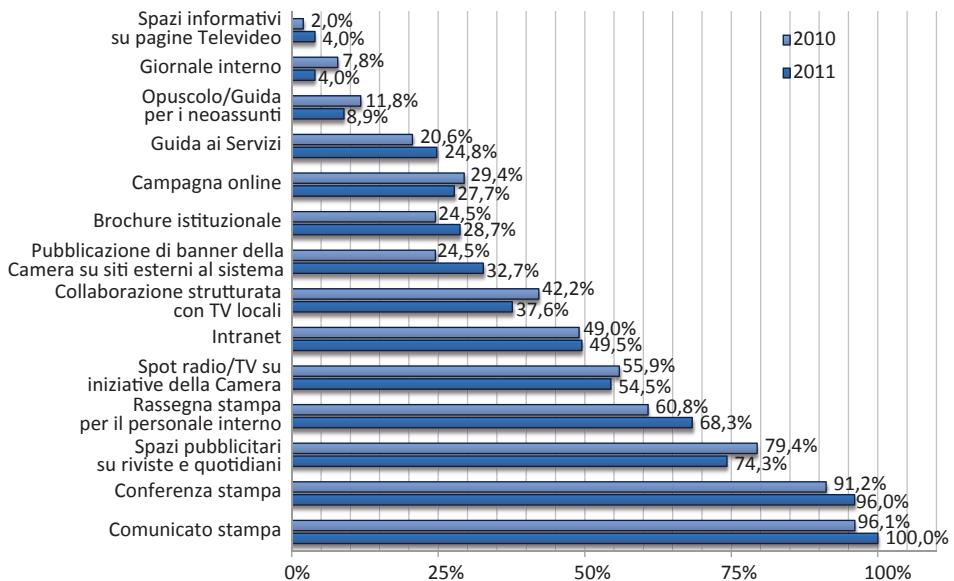
Circa 1/3 degli enti ha, infatti, dichiarato di aver fatto ricorso nel 2011 alle nuove tecnologie e tra queste realtà – che potremmo definire Camere-web 2.0 – oltre l'80% utilizzando la piattaforma Facebook, il 33,3% utilizzando il modello di comunicazione istantanea via Twitter ed un più contenuto 12,1% lo strumento del blogging, più adatto ad una comunicazione strutturata per ambiti di approfondimento (Tav. 97).

Analizzando la tipologia più tradizionale degli strumenti di comunicazione utilizzati dalle Camere nel corso del 2011, si registra una situazione decisamente dinamica (Tav. 98).

Tra gli strumenti per i quali emerge un sostanziale “arretramento” di utilizzo, principalmente dovuto alle minori risorse disponibili sui rispettivi capitoli di spesa, vi è il tradizionale acquisto di spazi pubblicitari a pagamento su riviste e quotidiani. Questo canale nel corso del 2011 è stato utilizzato dal 74,3% delle Camere rispetto al 79,4% rilevato l'anno precedente. Si riduce anche il ricorso a collaborazioni strutturate con le TV locali (passate dal 42,2 al 37,6%), così come la pubblicazione di un giornale interno, strumento utilizzato dal 7,8% delle realtà camerale nel 2010 ma solo dal 4% l'anno successivo.

Sul versante opposto, tra gli strumenti che hanno visto aumentare l'utilizzo spicca il tradizionale comunicato stampa, cui nel 2011 ogni Camera ha fatto ricorso almeno una volta, ed in progressiva diffusione anche la conferenza stampa. In termini relativi,

Tav. 98: Gli strumenti di comunicazione verso l'esterno utilizzati dalle Camere nel biennio 2010-2011 (% per tipologia)

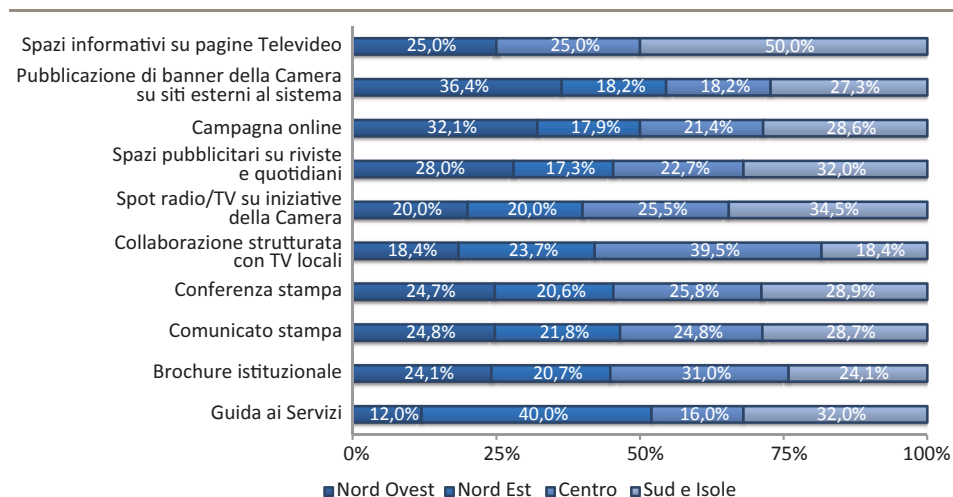


lo strumento che ha visto crescere di più la sua diffusione è però stato la rassegna stampa ad uso del personale interno: dal 60,8% al 68,3% delle Camere, ben 7,5 punti percentuali in più in un anno.

Segno, probabilmente, di una crescente attenzione all'interno degli enti camerali ad acquisire le informazioni diffuse dalla stampa per una migliore conoscenza del contesto operativo locale ed una migliore programmazione degli interventi e pertinenza dei servizi erogati.

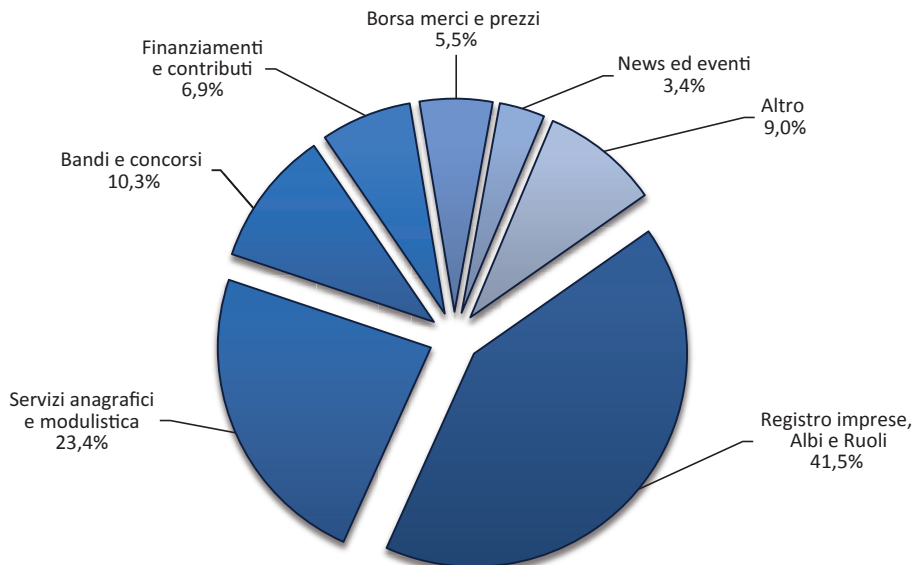
La lettura territoriale degli strumenti di comunicazione utilizzati (Tav. 99), consente di evidenziare alcune scelte operative degli enti camerali, in risposta alle esigenze informative del territorio e alle modalità di comunicazione percepite come le più efficaci a livello locale; a riguardo, spicca l'utilizzo di strumenti di comunicazione sintetici e di grande diffusione (Televideo e spot radio/tv) nelle realtà del Mezzogiorno, a fronte di una sostanziale assenza degli stessi nelle realtà del Nord Est, entro le quali prevale l'utilizzo di strumenti più mirati a comunicare modalità e specifiche della componente di servizio.

Tav. 99: Strumenti di comunicazione esterna utilizzati dalle Camere di commercio nel 2011: il quadro territoriale
(% Camere per area e tipologia di strumento)



L'analisi della distribuzione nelle visite ai siti web camerali conferma, per il 2011, la forte connotazione di servizio di questo canale di comunicazione. Sommate insieme, le visite alle sezioni dedicate ai "Servizi anagrafici e modulistica" (23,4%) con quelle dedicate al "Registro delle imprese, Albi e Ruoli" (41,5%) rappresentano il 64,9% di tutte le visite rilevate nell'anno, il 2,1% in più rispetto al 2010. In aumento anche l'interesse verso la sezione "Bandi e concorsi" che dal 7,1% dell'anno precedente, nel 2011 passa al 10,3% del totale delle visite; in leggero calo, invece, le visite registrate dalle sezioni dedicate a "Finanziamenti e contributi" (dal 9,5% al 6,9%) (Tav. 100).

Tav. 100: Siti web delle Camere: sezioni più visitate nel 2011
(% Camere per tipologia)



Progetti locali in tema di "Divulgazione e comunicazione"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Arezzo	Piano di comunicazione 2011	
Asti	Douja d'or – Salone nazionale dei vini selezionati	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ministero, Regione, Provincia, Comune, imprese, altro
Bergamo	Brochure istituzionale e convegno 200 anni Camera di commercio	
Campobasso	Presentazione Project Total Click: Accepting the Challenge of a Digital Public Administration a EUPAN Varsavia	
Cosenza	Ricette di famiglia Rete 4	Associazioni di categoria, Provincia, Comune, istituto/centro di ricerca, altro ente pubblico, imprese, altro
Cuneo	Sito internet camerale come efficace strumento informativo: revisione, aggiornamento e semplificazione	
Ferrara	Campagna antiabusivismo e anticontraffazione commerciale	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ministero, imprese, altro
Firenze	Progetto cambiamento	
Genova	Comunicazione imprese storiche	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria

Progetti locali in tema di "Divulgazione e comunicazione"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Grosseto	Progetto trasparenza nella comunicazione	
Latina	Yacht Med Festival	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ministero, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Livorno	Cerimonia per i 210 anni della CCIAA di Livorno	
Lucca	La comunicazione esterna integrata	
Macerata	Bicentenario della Camera di commercio di Macerata	Comune, altro
Mantova	Restyling sito internet camerale	
Massa Carrara	Realizzazione newsletter camerale	
Milano	Convegno Imprese in rete oltre la crisi	
Monza e Brianza	La Camera di commercio sui nuovi media twitter e facebook	
Oristano	Avvio servizio di newsletter	
Padova	Iniziative per il bicentenario della Camera di commercio di Padova	
Parma	Manifestazione Storia di imprese. Storia di Parma	Unioncamere nazionale
Pavia	Coordinamento e redazione pubblicazione rivista camerale "Pavia Economica"	
Perugia	Tavola rotonda Trasparenza & legalità	Altro
Pescara	Crem&Oro: prima campagna interattiva con l'utenza	
Pistoia	Campagna pubblicitaria immagine Italia & Co.	
Pordenone	Restyling sito camerale	
Prato	Dematerializzazione e informatizzazione	Provincia, Comune, altro
Rimini	Contact center	Altro
Roma	Nuove garanzie fidejussorie	Altro
Savona	Agenzia on line Savonaeconomica.it	
Siena	CRM implementazione data base	Altro
Terni	Premiazione Fedeltà al lavoro	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ordini professionali, Regione, Provincia, Comune, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), università, imprese
Trieste	Realizzazione di un'agenzia di stampa economica cittadina presso la Camera	Altro ente pubblico, altro
Varese	Valorizzazione attività camerale attraverso webtv	

2.17 Attività per la regolazione del mercato

Con la riforma del 2010 il legislatore ha dato conferma del ruolo delle Camere di commercio quali veri e propri enti di regolazione del mercato, attestando con ciò la validità dell'insieme di investimenti realizzati negli anni dal Sistema camerale per tutelare la concorrenza e promuovere relazioni economiche più trasparenti, certe ed eque tra gli operatori del mercato.

Negli anni, infatti, le Camere hanno interpretato appieno tale ruolo impegnandosi nella diffusione e nel sostegno dei servizi stragiudiziali di risoluzione delle controversie, vale a dire l'insieme di strumenti e procedure di giustizia alternativa in grado di garantire agli interlocutori una gestione rapida, efficace e meno costosa dei conflitti insorgenti. Uno sforzo organizzativo che nel tempo ha portato le Camere a dotarsi di strutture appositamente dedicate che, in autonomia ed indipendenza, gestiscono procedure di arbitrato e di media-conciliazione.

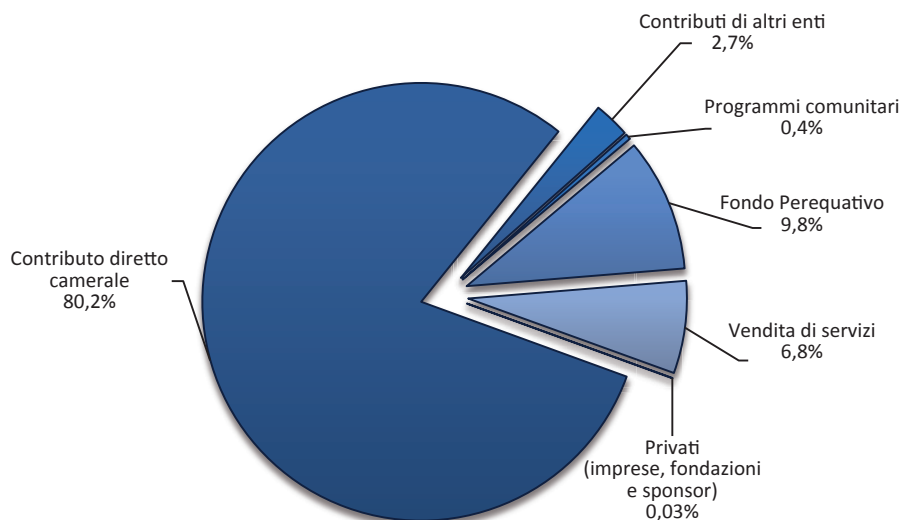
Tav. 101: I numeri di "Regolazione del mercato"

104	Camere di commercio hanno attuato, nel corso del 2011, iniziative in tema di regolazione del mercato
	di cui 17 con il supporto delle proprie Aziende speciali (anche tramite delega funzionale) e 9 con il supporto di altre Camere, in regime di convenzione, o strutture camerale
572	arbitrati gestiti dalle 69 Camere arbitrali
164	giorni di durata media degli arbitrati conclusi
2,8	milioni di € il valore medio degli arbitrati conclusi
406	arbitri formati dalle 5 Camere che hanno attivato corsi
13.054	iscritti all'Albo arbitri al 31/12/2011
17.552	mediazioni gestite dalle 105 Camere di conciliazione
69	giorni di durata media delle conciliazioni concluse
27,6	mila € il valore medio delle conciliazioni concluse
4.783	conciliatori formati (di cui 401 in materia di diritto societario) tramite i corsi di formazione erogati dalle 72 Camere attive
8.743	iscritti all'Albo conciliatori al 31/12/2011, di cui 5.980 accreditati al Registro degli organismi di mediazione civile e commerciale del Ministero della Giustizia
93	uffici di conciliazione/mediazione camerale iscritti al Registro degli organismi di mediazione del Ministero della Giustizia
64	procedure attivate per il controllo sulla presenza delle clausole inique inserite nei contratti (di cui 40 su istanza di parte); 53 le iniziative concluse
19	iniziative/procedure attivate per la predisposizione e promozione di contratti-tipo (di cui 5 su istanza di parte); 12 le iniziative concluse
8,8	milioni di € di interventi economici per la regolazione del mercato

I dati dell'Osservatorio camerale per il 2011 (Tav. 101) confermano tale ruolo. Ad oggi, infatti, ogni Camera ha istituito – da sola o in convenzione – il proprio Servizio di ADR, che applica regole e tariffe uniformi su tutto il territorio nazionale ed è in grado di gestire ogni tipologia di controversia: tra consumatori ed imprese, tra imprese (cd B2B) e tra privati.

In particolare, nel corso del 2011 le 105 Camere di conciliazione e le 69 Camere arbitrali della rete camerale hanno gestito oltre 18.000 procedure, tra arbitrati e media-conciliazioni, realizzando *a latere* di tali attività un insieme di azioni di carattere formativo – con, nel 2011, oltre 400 arbitri formati (+14,7% sul 2010) ed oltre 4.700 mediatori e conciliatori –, informativo e divulgativo, finalizzate a promuovere la più ampia diffusione della cultura dell'ADR; il tutto con un impegno economico complessivo pari a circa 9 milioni di euro, coperti per l'80% dal contributo diretto camerale.

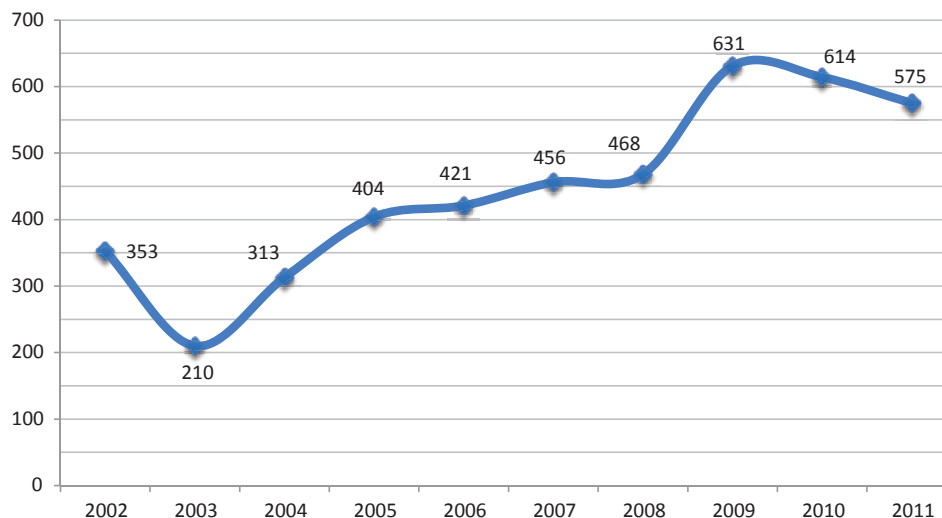
Tav. 102: Fonti di copertura degli interventi economici delle Camere di commercio in materia di regolazione del mercato nel 2011



Le attività di arbitrato

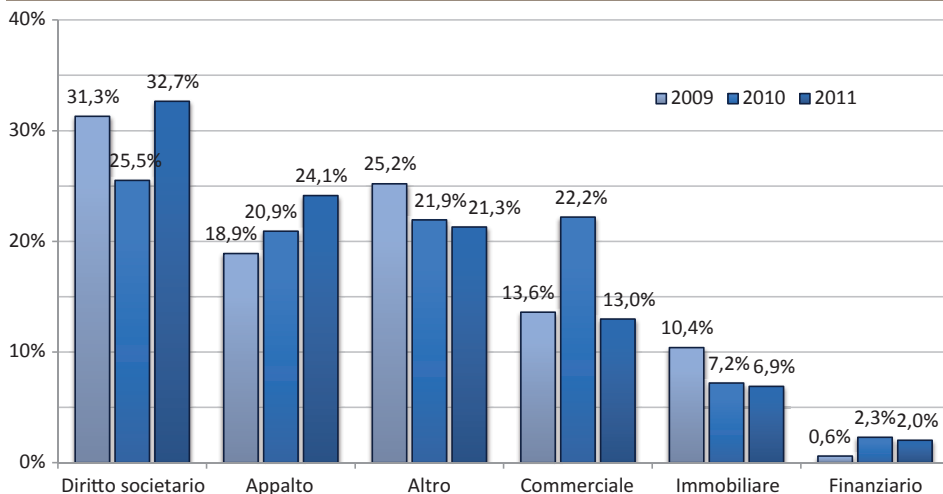
Negli anni tra il 2002 ed il 2011 le Camere di commercio hanno gestito un numero significativo di procedure di arbitrato, oltre 4.400 nel complesso, di cui circa il 40% nell'ultimo triennio (Tav. 103). I dati aggiornati dell'Osservatorio camerale evidenziano, in particolare, come nel 2011 le 69 Camere arbitrali operative nel Sistema hanno amministrato in tutto oltre 570 procedure, un numero in leggera riduzione (-7% rispetto al dato precedente).

Tav. 103: Trend degli arbitrati gestiti dalle Camere di commercio nel periodo 2002-2011
(n. procedure gestite)



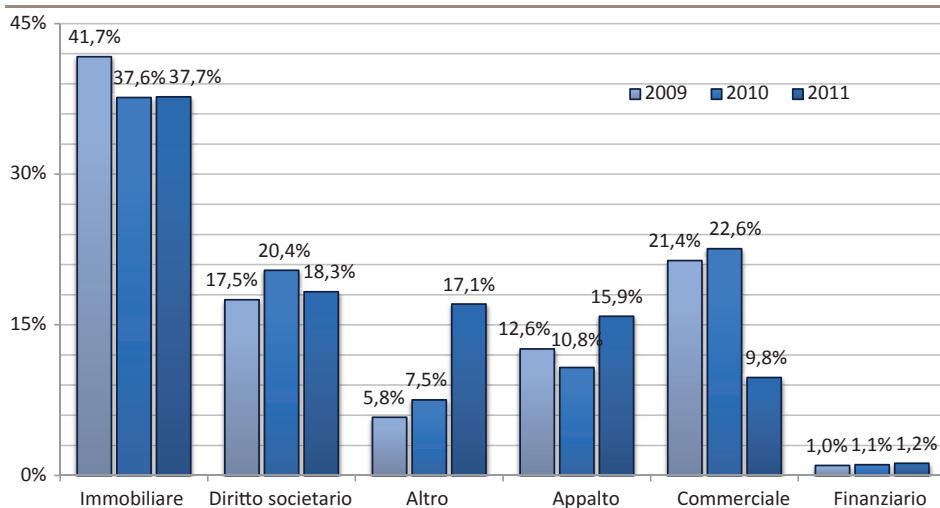
L'analisi per settori (Tavv. 104 e 105) evidenzia come nel 2011 una quota significativa degli arbitrati tra imprese ha riguardato la materia del diritto societario (ca. 1/3 dei casi), registrando una sensibile crescita del +7% rispetto all'anno precedente; dinamica positiva che si riscontra, nelle dispute tra imprese, anche per la materia degli appalti

Tav. 104: Distribuzione degli arbitrati tra imprese per settore nel triennio 2009-2011



(+3,2% sul 2010). Negli arbitrati tra imprese e consumatori, invece, il contenzioso in materia immobiliare risulta ancora predominante, con una incidenza percentuale di circa il 38%, sostanzialmente in linea rispetto al dato pregresso. Anche nel contenzioso tra imprese e consumatori si registra una crescita significativa sul 2010 delle dispute in materia di appalti (+5%), sebbene l'incremento maggiore (+9,6%) si registri nell'alveo "indistinto" delle altre procedure: contratti di locazione, scritture private, incarichi di consulenza ecc.

Tav. 105: Distribuzione degli arbitrati tra imprese e consumatori per settore nel triennio 2009-2011



L'analisi relativa al valore economico degli arbitrati fa emergere come, nel 2011, oltre 1/3 delle controversie tra imprese (34,3%) abbia valore determinato, mentre quasi il 42% delle controversie tra imprese e consumatori si colloca nella fascia con valore economico inferiore a 25.000 euro.

Da un punto di vista dinamico, la fascia al di sotto dei 25.000 euro negli arbitrati tra imprese e consumatori fa registrare il maggior incremento percentuale rispetto al 2010 (circa +8 punti percentuali), che conferma il trend degli ultimi anni (era il 29,1% nel 2009), mentre le procedure tra imprese e consumatori inserite nella stessa fascia di valore economico si riducono dal 24,5% del 2010 al 16,3% del 2011, livello in linea coi dati del 2009.

Da un punto di vista qualitativo, si conferma come la scelta del servizio di arbitrato delle Camere di commercio sia presa, nel 70% dei casi, alla luce dei minori tempi dello strumento rispetto alla giustizia ordinaria: nel 2011 la durata media di un arbitrato amministrato in Camera di commercio è stata infatti pari a 164 giorni, valore estremamente più contenuto rispetto a quello di un primo grado della giustizia ordinaria (oltre

1.200 giorni, secondo i recenti dati del Ministero della Giustizia)¹²; ulteriori motivazioni che portano gli utenti a rivolgersi al servizio di arbitrato delle Camere sono i minori costi (52,8%) e l'affidabilità del servizio stesso (43,4%).

I servizi di conciliazione

Con la riforma della mediazione contenuta nel d.lgs. 28/2010, ed entrata in vigore nel marzo 2011, la ricerca preventiva della composizione del contrasto è divenuta condizione di procedibilità della domanda giudiziale su alcune materie. Tale novità ha rappresentato il "coronamento" di una vasta azione intrapresa negli ultimi anni dalle Camere, che ne hanno pienamente sostenuto l'entrata in vigore, dal punto di vista sia delle regole, sia dell'accREDITAMENTO degli organismi di mediazione, applicandone i principi anche alle transazioni domestiche oltre che a quelle internazionali.

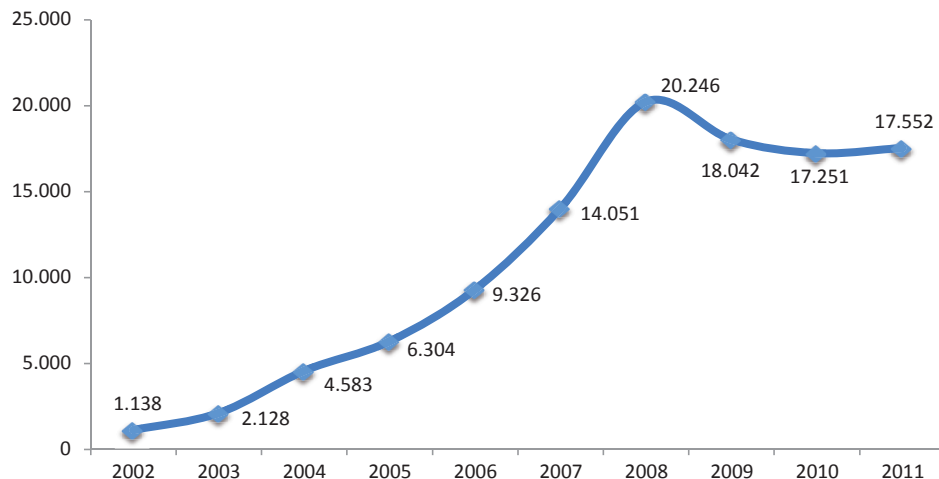
Per far fronte all'impatto di queste nuove norme, le Camere hanno riorganizzato i propri servizi, adeguando le strutture e realizzando un investimento importante, sul piano scientifico ed organizzativo, per la formazione dei cd media-conciliatori; al riguardo, Unioncamere ha predisposto e diffuso alle Camere degli appositi standard formativi, allineati con la normativa del Ministero della Giustizia. Uno sforzo i cui risultati si evidenziano nei numeri: degli oltre 7.500 conciliatori e mediatori formati negli ultimi sette anni, 4.783 lo sono stati nel solo 2011 e sono state 72 le Camere di commercio che hanno organizzato, avvalendosi di strutture esterne accreditate presso il Ministero della Giustizia, corsi di formazione in materia di conciliazione o di mediazione.

In questo quadro, Unioncamere ha rafforzato il proprio ruolo di supporto e di coordinamento delle Camere di commercio, affinché il Sistema potesse rispondere in modo efficace e adeguato all'introduzione di questa rilevante novità legislativa. Le attività si sono incentrate su un confronto costante con gli stakeholder di riferimento del settore al fine di consentire uno sviluppo dei servizi camerali che fosse, in qualche modo, allineato rispetto alle scelte compiute dagli altri attori della mediazione (pubblici e privati), considerando che l'attività si svolge in un regime di concorrenza. In particolare, sono state intraprese iniziative volte a rendere compatibile l'organizzazione e le procedure dei servizi camerali con i contenuti delle nuove norme, mantenendo – tramite la diffusione di un apposito regolamento – l'uniformità e l'omogeneità dei servizi erogati dalle Camere; al dicembre 2011, erano 93 gli Organismi di mediazione delle Camere di commercio iscritti al Ministero della Giustizia (erano 62 al novembre dell'anno precedente).

Per quanto riguarda le consistenze, i dati dell'Osservatorio camerale mostrano come nel periodo 2002–2011 le Camere abbiano gestito un numero pari a oltre 110.000 procedure di cui circa il 48% nell'ultimo triennio (Tav. 106); solo nel 2011 le domande di conciliazione e di mediazione gestite dai Servizi delle Camere di commercio sono state più di 17.500, con un valore medio di 27.600 euro e una durata media di 69 giorni che

¹² Relazione del Presidente della Corte suprema di cassazione in occasione dell'inaugurazione dell'anno giudiziario, 26 gennaio 2012.

Tav. 106: Trend delle conciliazioni gestite dalle Camere di commercio negli anni 2002-2011
(n. procedure concluse)



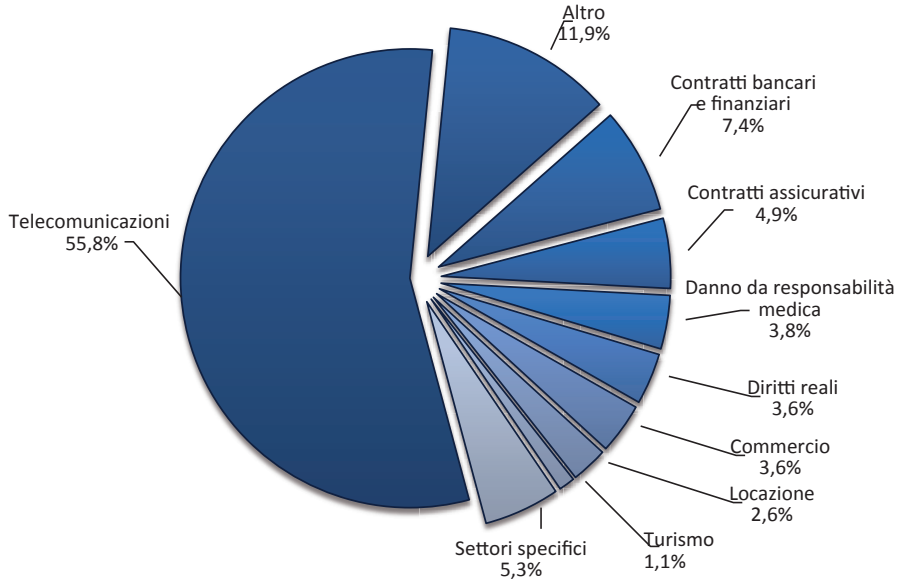
– pur essendo superiore rispetto ai 52 giorni dell’annualità precedente – si riallinea ai valori del 2009 e conferma, comunque, i tempi contenuti della procedura amministrata in Camera.

L’analisi della distribuzione delle controversie per settore (Tavv. 107 e 108) mette in luce come, nelle dispute tra imprese e consumatori, continui a prevalere il settore delle telecomunicazioni, la cui incidenza sul totale – stante l’incremento degli ambiti presidiati – si riduce di oltre 16 punti percentuali (da circa il 72,5% del 2010 al 55,8% del 2011). Sempre nelle procedure tra imprese e consumatori, significativo anche l’incremento nell’incidenza di quelle in materia di contratti bancari e finanziari (+5,7 punti percentuali sul 2010). Nelle controversie tra le imprese (cd B2B) la distribuzione percentuale è più eterogenea sebbene, anche in questo caso, l’incidenza del settore TLC si riduca di quasi 20 punti percentuali nel biennio.

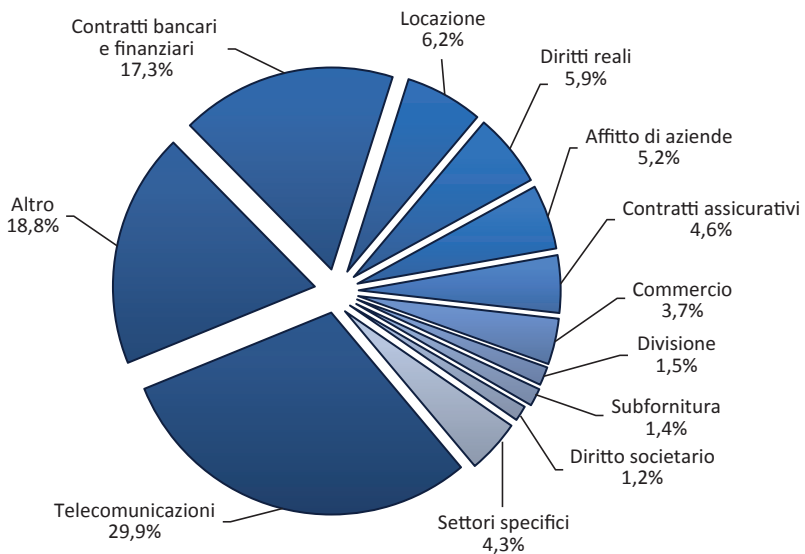
Come per l’arbitrato, anche per i servizi di conciliazione il motivo più ricorrente che spinge le parti ad utilizzare le Camere di commercio risiede (74% dei casi) nella maggiore rapidità delle procedure.

Per quanto attiene alla distribuzione per fascia economica delle conciliazioni concluse con verbale (Tavv. 109 e 110), il dato 2011 conferma come la classe più popolata sia comunque quella più piccola, dove si concentrano le procedure di valore inferiore o uguale ai 1.000 euro, sebbene con un’incidenza comprensibilmente diversa tra il dato relativo alle controversie tra imprese e consumatori (73%, in crescita rispetto al 2010) e tra sole imprese, rispetto alle quali la quota non solo è più contenuta ma registra un sensibile calo rispetto all’annualità precedente (-10,2 punti percentuali). In generale, il trend del biennio mette in luce un progressivo “svuotamento” della classe intermedia –

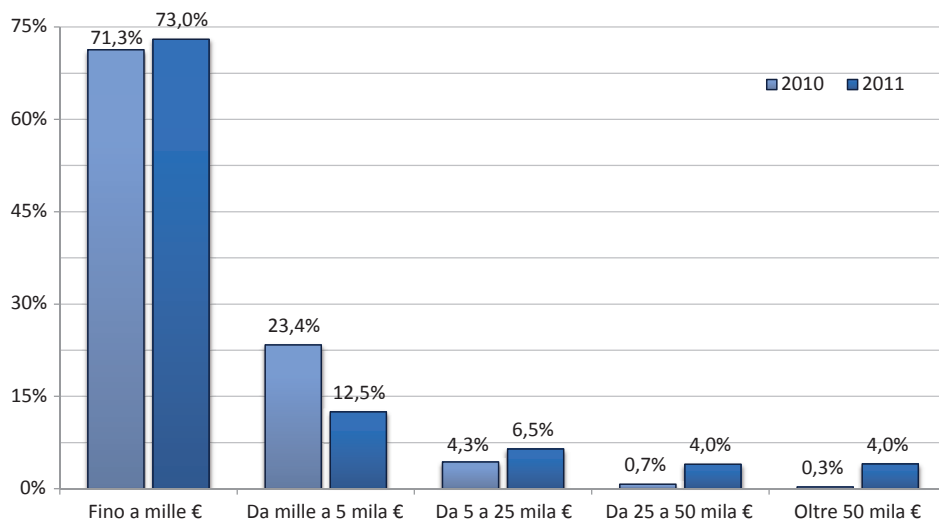
Tav. 107: Conciliazioni concluse nelle controversie tra imprese e consumatori nel 2011
(% per settore)



Tav. 108: Conciliazioni concluse nelle controversie tra imprese nel 2011
(% per settore)



Tav. 109: Le conciliazioni concluse con verbale tra imprese e consumatori per valore economico nel biennio 2010-2011 (% per fascia)



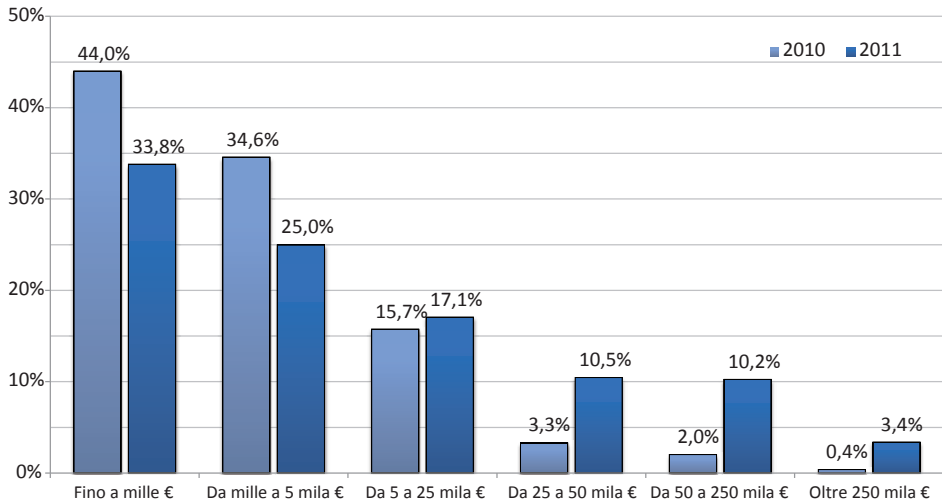
tra 1.000 e 5.000 euro – per entrambe le tipologie di conciliazioni, in favore delle fasce di valore più elevate (superiori ai 5.000 euro).

Nel corso del 2011, a livello centrale, Unioncamere ha avviato uno specifico monitoraggio costante (con cadenza mensile) delle mediazioni e delle conciliazioni delle Camere di commercio; strumento che ha garantito un'analisi dell'andamento delle mediazioni e l'invio mensile delle Statistiche al Ministero della Giustizia. Il tutto è confluito, per il 2011, in un report annuale con un'analisi dei dati relativi alle conciliazioni depositate e a quelle definite dalle CCIAA, nel periodo di entrata in vigore della mediazione obbligatoria e comunque nell'intero anno. In collaborazione con Bruxelles, è stato poi avviato un confronto con la Commissione europea finalizzato a rappresentare l'esperienza in mediazione e in conciliazione delle Camere di commercio a livello comunitario; inoltre si è intrapreso un approfondimento dei testi della proposta di direttiva sull'ADR in materia di consumo e la proposta di Regolamento sull'ODR.

Nell'ambito di un'apposita iniziativa di sistema Unioncamere ha poi organizzato l'VIII edizione della Settimana della conciliazione, che ha visto oltre 70 CCIAA impegnate nella realizzazione di eventi sulla mediazione (più di 50 in una settimana) e che ha portato alla realizzazione di uno spot televisivo e radiofonico sulla mediazione che ha raggiunto, nel complesso del piano media, quasi 25 milioni di utenti sul territorio.

Sono stati inoltre avviati due tavoli di lavoro, con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e con l'ANIA (l'Associazione nazionale delle imprese assicurative) per la definizione di due distinti accordi rivolti allo sviluppo della mediazione. È stata impor-

Tav. 110: Conciliazioni concluse con verbale tra imprese per valore economico nel biennio 2010-2011
(% per fascia)



tante anche la partecipazione alla III edizione del Salone della giustizia – organizzato dal Senato della Repubblica – che si è tenuto presso la Fiera di Roma nel dicembre 2011. In occasione di questa manifestazione Unioncamere ha allestito uno stand tematico dedicato ai servizi di conciliazione delle CCIAA ed ha organizzato un workshop di approfondimento del tema della conciliazione in materia di consumo e in modo particolare sulla proposta di direttiva europea, emanata il 26 novembre 2011.

La predisposizione dei contratti-tipo, il controllo sulle clausole inique

Nel quadro delle varie attività svolte per la regolazione del mercato, l'impegno delle Camere si incentra altresì sulla predisposizione e divulgazione di contratti-tipo e pareri di controllo sull'uso di clausole inique, tra imprese, loro associazioni ed associazioni dei consumatori e degli utenti; si tratta di strumenti di carattere preventivo, predisposti per evitare l'insorgenza di controversie tra consumatori ed imprese e finalizzati non solo a tutelare i contraenti deboli-consumatori, ma anche a garantire rapporti corretti tra le imprese, con particolare attenzione a quelle piccole e medie.

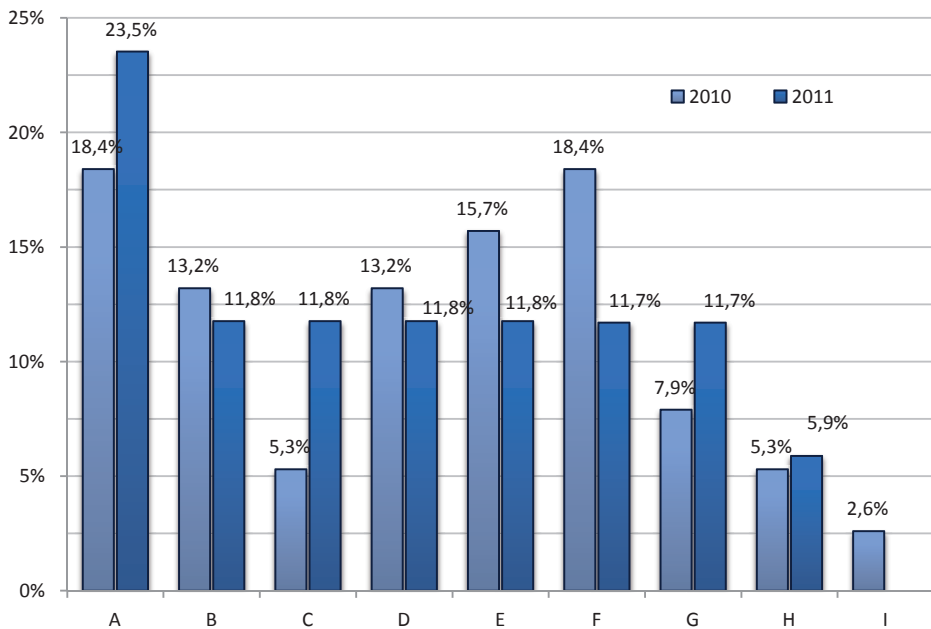
Al termine del 2011 le 88 Camere di commercio che attualmente aderiscono all'iniziativa del Sistema camerale di cui al progetto "Divulgazione contratti-tipo e controllo clausole abusive" avevano individuato sul territorio i referenti dell'Ufficio di regolazione del mercato preposto alle attività di controllo delle clausole inique e di predisposizione dei contratti-tipo (ai sensi della legge 580/1993 come modificata dal d.lgs. 23/2010) e che sono oggi collegate con un sistema amministrativo strutturato a rete. Le singole Camere di commercio, infatti, operano telematicamente tramite il portale di

Unioncamere sui contratti-tipo (www.contratti-tipo.camcom.it) in cui sono pubblicati non solo i modelli di contratto, distinti per ambito di applicazione, ma anche i pareri resi sulle clausole inique e i codici di condotta condivisi a livello nazionale.

L'applicazione del contratto-tipo ha l'importante vantaggio di arginare gli inconvenienti che si possono presentare quando vengono stipulati i cosiddetti "contratti standard", di solito predisposti dalle imprese, in cui queste ultime possono porre il consumatore in una posizione di svantaggio. In altri casi, invece, i testi contrattuali sono definiti con termini ambigui e poco chiari, rendendo scarsamente trasparenti diritti ed obblighi delle parti.

In merito, nell'ultimo biennio (2010-2011) sono stati predisposti 53 contratti-tipo dalle Camere di commercio con un'attenzione crescente riservata ai contratti della

Tav. 111: Predisposizione dei contratti-tipo per settore nel biennio 2010-2011



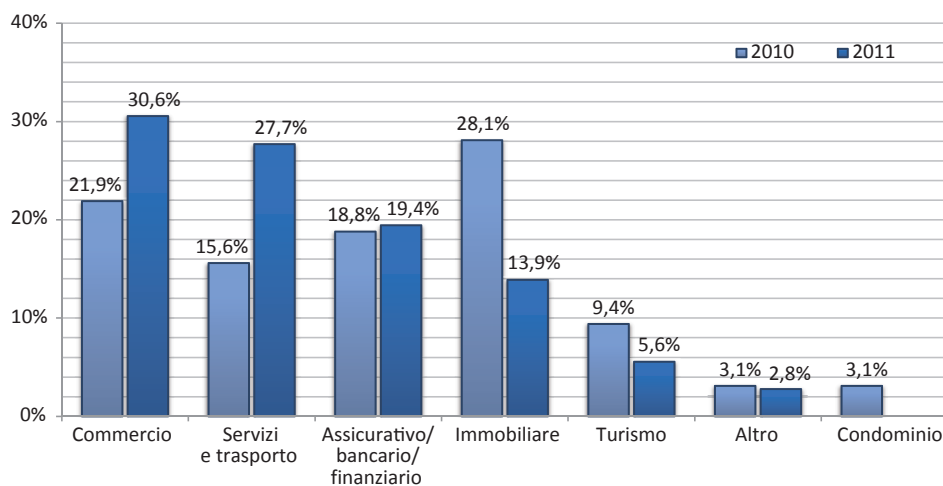
Legenda

- A Artigianato
- B Commercio
- C Condominio
- D Immobiliare
- E Servizi e trasporto
- F Turismo
- G Altro
- H Industria
- I Assicurativo/bancario/finanziario
- N Regolazione del mercato

piccola e media impresa, in particolare nei settori dell'artigianato (23,5%), del condominio (11,8%) e delle nuove tecnologie (voce: "altro" 11,7%); cala il dato relativo ai settori economici del commercio, dell'immobiliare, dei servizi e dei trasporti e del turismo (Tav. 111).

Sempre nel biennio 2010-2011 sono state attivate 163 procedure amministrative di controllo sull'uso di clausole inique (delle quali 95 su iniziative di parte e 68 avviate d'ufficio), ovvero clausole che determinano condizioni a sfavore dei contraenti deboli, quali appunto i consumatori e la piccola impresa.

Tav. 112: Controllo sulle clausole inique per settore nel biennio 2010-2011



Si tratta di un dato di grande rilievo, soprattutto considerando che i controlli sulle clausole inique nel biennio 2008-2009 erano 86, con un aumento del numero di procedure nel 2010-2011 di circa il 90%.

L'incremento è sicuramente dovuto alla maggiore conoscenza del servizio da parte di imprese, dei consumatori e delle loro associazioni, come testimonia il dato di ben 95 procedure avviate su iniziative di parte. Coerente è quindi il dato di ben 124 pareri resi a conclusione delle procedure di controllo in materia di clausole inique.

L'analisi settoriale evidenzia alcune criticità nei settori dei servizi e trasporto (28%) e del commercio (31%) dove si registra un significativo incremento dei controlli (su richiesta di imprese e consumatori) sull'utilizzo di clausole inique, mentre è costante il numero di pareri resi in materia di contratti del settore assicurativo, bancario e finanziario; in costante calo i dati relativi al settore della mediazione immobiliare (Tav. 112).

Anche il 2011 è stato caratterizzato da una proficua e costante collaborazione di Unioncamere con il MiSE per l'attuazione di iniziative a vantaggio dei consumatori, finanziate con i Fondi antitrust. Tra queste, in particolare, è stato realizzato un appo-

sito vademecum – anche in versione elettronica – sul tema della garanzia post vendita distribuito in occasione di eventi pubblici istituzionali di rilevante interesse per i consumatori e le imprese, tra cui – ad esempio – il Forum PA.

Sulla scorta della Convenzione siglata nel 2010 per la realizzazione di iniziative di promozione dei diritti e delle opportunità per i consumatori, che ha individuato alcune tematiche su cui sviluppare specifiche iniziative, nel 2011 ha preso corpo il progetto “Giovani consumatori nel web”, realizzato allo scopo di rendere i giovani consumatori più consapevoli dei rischi in cui possono incorrere quando acquistano on line beni e servizi e quando scambiano informazioni attraverso il web.

L’iniziativa, che prevede il coinvolgimento di 50 scuole superiori secondarie, selezionate con apposito bando, si sviluppa negli anni scolastici 2011-2012 e 2012-2013 e prevede la realizzazione di un insieme di attività di carattere formativo (per gli insegnanti), di iniziative dedicate agli studenti, e la divulgazione di una specifica Guida sui rischi e le opportunità della navigazione in rete e di un gioco on line. Dalla sottoscrizione del piano esecutivo di progetti, nel luglio 2011 Unioncamere ha provveduto alla selezione delle scuole partecipanti, all’elaborazione e stampa della Guida e alla pianificazione del corso formativo, poi erogato nel primo semestre 2012.

Le attività di vigilanza del mercato: metrologia legale, sicurezza prodotti

Dal 1° gennaio del 2000, con la soppressione degli UPICA e degli Uffici provinciali metrici del Ministero dello Sviluppo Economico, le Camere di commercio esercitano le funzioni inerenti alla sicurezza prodotti e alla metrologia legale al fine di garantire un mercato sicuro, trasparente e a vantaggio dei consumatori e degli operatori economici. Tali compiti, di estrema delicatezza ed importanza, hanno comportato, per la maggior parte delle Camere, l’istituzione di un apposito ufficio, composto da personale adeguatamente formato e altamente specializzato.

A livello europeo, le istituzioni hanno avvertito l’esigenza di uniformare il livello di protezione dei consumatori europei e di assicurare un mercato più concorrenziale per gli operatori economici. Per soddisfare questa crescente esigenza, nel 2008 il Parlamento europeo e il Consiglio hanno approvato il Regolamento CE/765/2008, che pone norme in materia di accreditamento e vigilanza del mercato e impone agli Stati membri di adottare piani nazionali di vigilanza.

Nel 2009 Unioncamere e MiSE hanno siglato uno specifico protocollo finalizzato a rafforzare tale linea di attività a garanzia di una maggiore trasparenza e sicurezza del mercato; il 2011, pertanto, ha registrato la piena operatività del protocollo, che prevede lo svolgimento di attività generali da parte di Unioncamere, con l’ausilio delle società specializzate nei temi dell’iniziativa, e di controllo, la cui realizzazione è affidata invece alle Camere di commercio.

Dall’avvio del progetto – che prevede un finanziamento complessivo di 5 milioni di euro, di cui metà a valere sul Fondo di perequazione di Unioncamere e metà sulle risorse trasferite a tale scopo dal Ministero – hanno aderito complessivamente 83 Camere di commercio; un dato estremamente positivo in termini sia di impegno di Unioncamere

nella diffusione dell'iniziativa sia delle Camere nel garantire un mercato più trasparente per le imprese, e più sicuro per i consumatori.

Le attività generali, curate a livello centrale da Unioncamere, hanno visto il completarsi del percorso formativo avviato in precedenza per il personale camerale, con moduli di aggiornamento sull'evoluzione normativa del settore; ciò con particolare riferimento al settore dei giocattoli con l'emanazione del d.lgs. 54/2011 e con l'attuazione dei d.m. 31 e 32 del 18 gennaio 2011, per la metrologia legale, che attribuiscono ad Unioncamere ed alle Camere di commercio nuovi ruoli e compiti in tema di autorizzazione dei laboratori allo svolgimento della verifica periodica sugli strumenti di misura MID. Sono state inoltre diffuse procedure uniformi per lo svolgimento dei controlli nella sicurezza prodotti, e si è implementato il Sistema informativo Premaonline, attraverso cui le Camere possono accedere ad ogni informazione necessaria per garantire la tutela della fede pubblica nelle manifestazioni a premio.

Si è data piena attuazione alla campagna di comunicazione sul progetto, che si articola in due filoni di iniziative, l'uno di carattere territoriale e l'altro di tipo nazionale. Con riferimento al primo, Unioncamere ha fornito alle Camere una serie di strumenti di comunicazione da diffondere presso consumatori ed imprese mentre per il secondo, Unioncamere ha elaborato uno spot radio e alcuni banner per operatori economici e consumatori, diffondendoli via web e attraverso importanti testate giornalistiche.

Riguardo alle attività di controllo, svolte dalle Camere di commercio sul territorio, il 2011 è considerato l'anno di maggiore investimento degli enti camerali sul fronte del potenziamento dei controlli. Rispetto al 2010, le verifiche sul territorio hanno registrato una variazione pari a +115%. In particolare, per il settore della sicurezza prodotti la variazione è pari al 222% (492 verifiche) e tale incremento si motiva anche per l'azione di Unioncamere che ha elaborato e diffuso le procedure operative per lo svolgimento omogeneo di tali attività sul territorio. Per quanto riguarda l'etichettatura moda (che comprende il settore tessile con 201 verifiche e quello calzaturiero con 90 controlli) l'aumento percentuale è stato pari al 22%; oltremodo significativo l'incremento delle verifiche svolte nell'ambito specifico della vigilanza degli strumenti MID.

Progetti locali in tema di "Regolazione del mercato"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Ancona	Aggiornamento e formazione dei mediatori camerali	
Arezzo	Corso di aggiornamento teorico-pratico per conciliatori	Ordini professionali, istituto/centro di ricerca
Avellino	Assistenza tecnica per riorganizzazione servizio di mediazione	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale, università
Bologna	Tavolo di lavoro nazionale contratti-tipo presso Unioncamere	Unioncamere nazionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Brescia	Giornate formative organizzate dalla Camera di commercio di Brescia per le associazioni dei consumatori in tema di diritti dei consumatori	

Progetti locali in tema di "Regolazione del mercato"		
Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Brindisi	Mediatori in materia civile/commerciale/laboratorio permanente domanda-offerta formazione lavoro	Associazioni di categoria, Provincia, università, altro
Cagliari	Convegno dei mediatori formati dalla Camera di commercio di Cagliari	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ordini professionali, università
Campobasso	L'attività di vigilanza per la trasparenza e la concorrenza leale – FP 2007-2008	
Catanzaro	Attuazione protocollo d'intesa per attività di vigilanza	Unioncamere nazionale
Como	Consumo responsabile e contraffazione	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ordini professionali, imprese
Crotone	Servizio di arbitrato delle Camere di commercio di Crotone e di Vibo Valentia	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Cuneo	Costituzione ADR	Unioncamere regionale, Ordini professionali
Fermo	Progetto SVIM 2011	
Firenze	Redazione contratto-tipo in materia di locazione ad uso commerciale	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Genova	Corso di formazione per mediatori in materia civile e commerciale	Università
Grosseto	Sportello turismo	Associazioni dei consumatori
Isernia	Convenzione per l'attuazione in forma associata di alcuni compiti e funzioni camerali ex art. 2, comma 3, legge 29 dicembre 1993, n. 580, come modificata dal d.lgs. 25 febbraio 2010, n. 23	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, associazioni dei consumatori, Ordini professionali, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), imprese
Imperia	Convenzione con la CCIAA di Genova per l'attuazione di uno Sportello decentrato per le attività di media conciliazione	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Latina	Implementazione del servizio di mediazione	
Lecce	Attuazione del protocollo d'intesa tra Unioncamere e MiSE	Unioncamere nazionale, Ministero
Livorno	Corso per conciliatori	
Lucca	Progetto cod. 458 a valere sul FNP 2007-2008	Unioncamere nazionale, Unioncamere regionale
Macerata	Attività di informazione sulla sicurezza dei prodotti	Associazioni di categoria, altro
Mantova	Bando Osservatorio consumatori	Associazioni dei consumatori
Massa Carrara	Corso integrativo per mediatori in ambito civile e commerciale	Unioncamere nazionale
Milano	Bando di finanziamento alle associazioni dei consumatori	Associazioni dei consumatori

Progetti locali in tema di "Regolazione del mercato"

Camera di commercio	Titolo progetto	Partenariato
Monza e Brianza	Parere in materia di clausole vessatorie nei contratti di c/c bancario e servizi di incasso e pagamenti	Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Oristano	Servizi per la conciliazione camerale	Unioncamere nazionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente), altro ente pubblico
Parma	Progetto per il rafforzamento della vigilanza sulla sicurezza prodotti, metrologia legale (SVIM)	Unioncamere nazionale
Pavia	Convenzione con Unioncamere per il rafforzamento delle attività di vigilanza sulla sicurezza dei prodotti	Unioncamere nazionale, Ministero
Perugia	Convegno La mediazione civile e commerciale. Un anno di esperienza	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Pistoia	Sportello condominio (CCIAA Pistoia – Comando provinciale dei carabinieri di Pistoia)	Altro
Ravenna	Accordo con Ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili della provincia di Ravenna	
Reggio Calabria	FP 2007-2008, n. 308 – Servizi per la diffusione e il potenziamento della conciliazione camerale e della vigilanza del mercato	Unioncamere nazionale, associazioni di categoria
Reggio Emilia	seminario La mediazione per la conciliazione: aspetti teorici e pratici	Ordini professionali
Terni	Servizi per conciliazione e uffici vigilanza del mercato	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Torino	Redazione modello di contratto per la manutenzione del software	Associazioni di categoria, università
Treviso	Aggiornamento formativo-informativo e promozionale e rafforzamento degli uffici di Curia Mercatorum, in vista dell'attesa introduzione di una nuova disciplina in materia di conciliazione civile e commerciale	
Udine	Disciplinare Usato&Contenuto	Associazioni di categoria, associazioni dei consumatori
Venezia	Europa, Italia e made in: quali strumenti di tutela per le imprese?	Unioncamere regionale, associazioni di categoria, Ordini professionali, Ministero, imprese
Vercelli	Costituzione ADR Piemonte	Unioncamere regionale, Camera di commercio (diversa dalla rispondente)
Verona	Sviluppo dell'attività di vigilanza del mercato: un network regionale tra Camere e imprese	Unioncamere regionale, altro

Capitolo 3

La governance
delle Camere di commercio
e la riforma

I compiti istituzionalmente affidati alle Camere di commercio, nella cornice legislativa di riferimento, collocano queste ultime in una posizione “di specie” nel panorama della pubblica amministrazione: lo *status* di ente pubblico che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese consente ad ogni Camera, da un lato, di porsi quale parte autorevole nel settore pubblico e, dall’altro, di agire in rappresentanza e a favore dell’iniziativa privata in campo economico.

Nel 2010, a distanza di non molti anni dalla legge di riforma 580/1993 – che, nel definire le Camere di commercio quali enti autonomi di diritto pubblico, dotati di potestà statutaria, riconosceva loro un’importante autonomia normativa – il legislatore ha inteso rinnovare la disciplina delle Camere riconoscendo alle stesse la qualità di Autonomie funzionali¹, istituzioni legittimate a svolgere un ruolo nuovo, fondato sulla pari dignità, nei riguardi delle altre istituzioni, nonché un ruolo attivo nelle politiche di sviluppo del territorio sulla base del principio della sussidiarietà.

In quanto ente autonomo, ciascuna Camera adotta un proprio Statuto, strumento primario di autogoverno dell’ente, ed elabora un programma strategico di attività ed iniziative che realizza con risorse finanziarie e gestionali proprie.

Sia nella fase programmatica sia in quella attuativa, l’istituzione-Camera traduce il principio della sussidiarietà orizzontale, consacrato dalla norma, agendo secondo il metodo della concertazione, svolgendo cioè il proprio ruolo di promozione dell’interesse generale del sistema imprenditoriale in raccordo con le altre istituzioni locali e il mondo associativo delle imprese, dei lavoratori e dei consumatori.

¹ Art. 1, legge 580/1990 come riformata ai sensi del d.lgs. 23/2010 recante il *Riordinamento delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura in attuazione dell’art. 53 della legge 9/2009.*

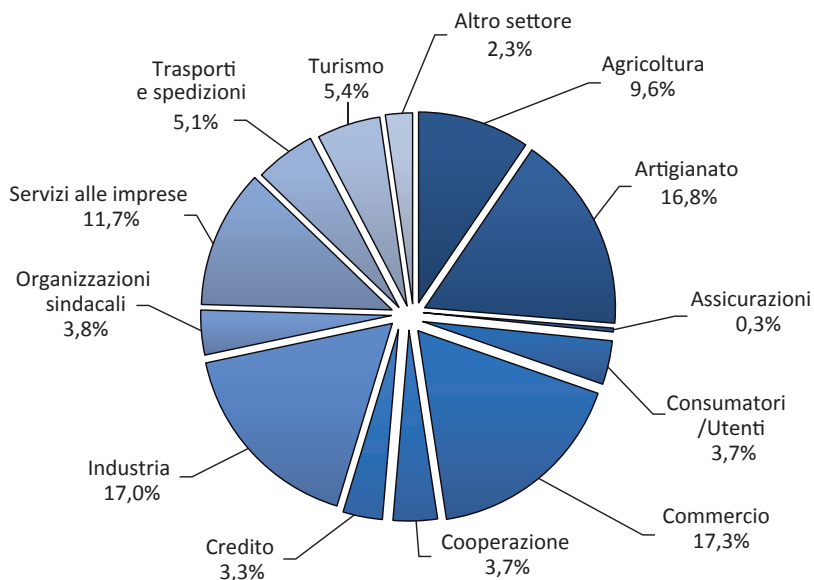
Quale punto di incontro privilegiato tra imprese e istituzioni, tra imprese e mercato, tra imprese e cittadini, ciascuna Camera diviene collettore degli interessi di tutte le categorie economiche, produttive e sociali. In virtù di questa azione sinergica e coordinata con altri soggetti ed istituzioni, della sfera pubblica e privata, ogni Camera elabora e realizza azioni orientate a sostenere e promuovere il contesto economico locale, rispondendo in modo adeguato – in termini di servizi e specifiche progettualità – alle esigenze di sviluppo da questo espresse.

3.1 La rappresentanza; i consigli camerali

La riforma del '93 determinò un cambiamento radicale nella configurazione della governance delle Camere di commercio, sostituendo al potere centrale – cui fino ad allora competeva la nomina dei vertici camerali – la volontà degli imprenditori, espressa tramite la designazione dei propri rappresentanti da parte delle rispettive associazioni.

Le Camere di commercio sono oggi istituzioni che si autogovernano attraverso i Consigli, organi di indirizzo al cui interno siedono tutte le componenti dell'economia locale: imprese dei vari settori produttivi, lavoratori, professionisti e consumatori. Un assetto che rende le Camere dei veri e propri "luoghi di democrazia economica", dove trovano espressione, e sintesi, gli interessi del territorio su cui ciascuna insiste e a cui dà voce.

Tav. 1: Presenza dei settori economici nei Consigli camerali al 31 dicembre 2011

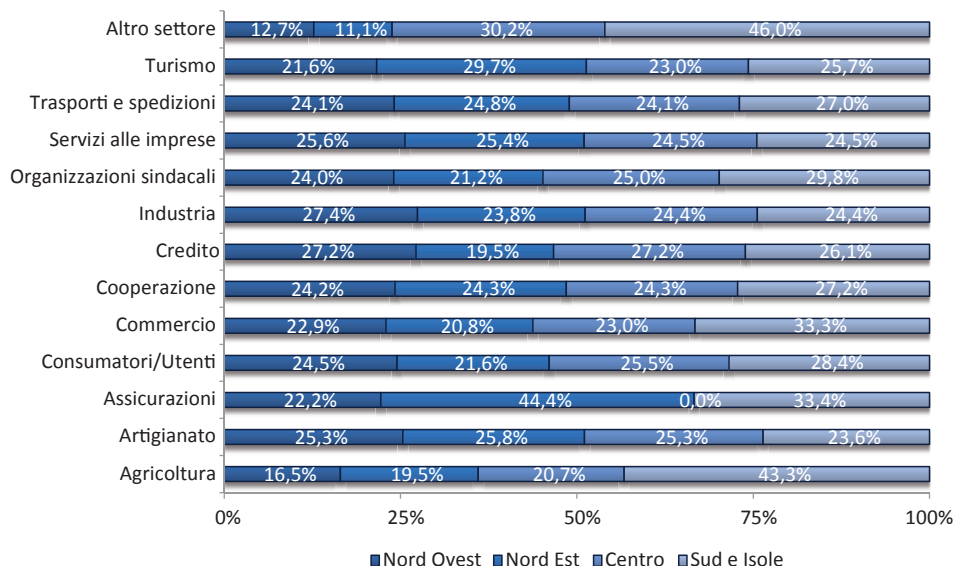


All'interno del Consiglio camerale le forze produttive e sociali che animano il territorio si incontrano per definire strategie ed indirizzi comuni in risposta alle esigenze locali di crescita, sviluppo economico e coesione; ciò, secondo una "configurazione rappresentativa" che evidenzia la natura dell'ente-Camera quale istituzione che, nel gestire funzioni pubbliche, è governata in modo congiunto da tutti gli attori locali che di tali funzioni sono destinatari diretti.

La composizione del Consiglio è definita nella legge di riordino, che ne stabilisce il numero di componenti in base alla consistenza delle aziende iscritte nel Registro imprese e in proporzione alle caratteristiche produttive dell'area territoriale di competenza; un meccanismo, quello previsto dalla norma, che assicura nel tempo la sostanziale "stabilità" nel numero di amministratori operanti presso le Camere.

Al dicembre 2011, infatti, nei Consigli camerali si contano complessivamente 2.750 amministratori in rappresentanza dei vari settori dell'economia (Tav. 1)². Circa il 61% degli stessi risulta espressione delle principali associazioni imprenditoriali del commercio, dell'industria, dell'artigianato e dell'agricoltura; il 32% siede nei Consigli camerali in rappresentanza degli altri settori economici che compongono il tessuto produttivo (tra cui i settori dei servizi alle imprese, del turismo, dei trasporti e delle spedizioni,

Tav. 2: Composizione settoriale dei Consigli camerali per macro ripartizione geografica al 31 dicembre 2011



² Dati relativi a 103 Camere di commercio. Alla data di riferimento, infatti, una Camera di commercio risultava commissariata ed una seconda in fase di rinnovo della compagine consiliare.

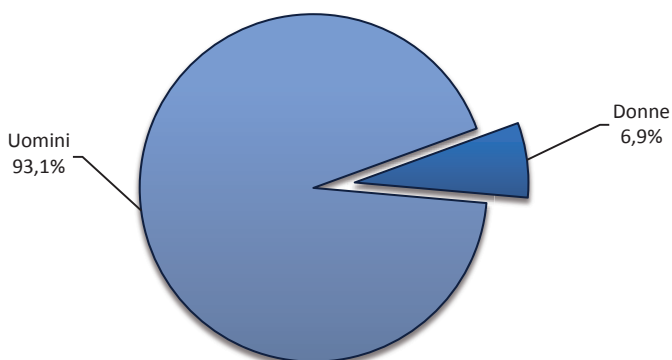
del credito, delle assicurazioni e della cooperazione); ed un ulteriore 7% rappresenta il mondo dei consumatori/utenti e dei lavoratori³.

L'analisi per macroarea geografica restituisce un quadro visivo immediato della composizione del tessuto produttivo italiano, scomposto per settori e territori, così come emerge dall'articolazione delle rappresentanze presenti nei Consigli camerali (Tav. 2).

Continua a crescere, anche se in misura contenuta, la rappresentanza femminile all'interno degli organi di governo (Tav. 3), attestandosi al 6,9% nel 2011 (con +0,2 punti percentuali sul 2010 e complessivi 0,6 punti sul 2009).

Tale situazione è destinata ad evolversi ulteriormente in base a quanto previsto dalla riforma del 2010 che impone agli Statuti camerali di stabilire norme per assicurare condizioni di pari opportunità tra uomini e donne e per promuovere la presenza di entrambi i generi negli organi collegiali delle Camere di commercio, nonché degli enti e Aziende da esse dipendenti (cfr. *infra*).

Tav. 3: Quota di rappresentanza femminile negli organi direttivi al 31 dicembre 2011



■ 3.2 Autonomie funzionali; lo stato di attuazione della riforma

Come sinora emerso, nel definire i propri programmi ed azioni per il 2011 il Sistema camerale ha dovuto tenere conto non solo delle priorità imposte dall'esigenza di riattivare la crescita economica, ma anche dei cambiamenti del quadro delle proprie regole di riferimento, di cui la riforma della legge 580/1993 – contenuta nel più volte citato d.lgs. 23/2010 – è stata senz'altro il punto di partenza.

3 Non risulta ancora monitorabile la presenza dei rappresentanti del mondo delle professioni, settore che ha fatto il suo ingresso nella governance camerale con la riforma del 2010 e per rilevare il quale si attendono i primi rinnovi.

Particolare impulso è stato dato all'avvio operativo del percorso di riforma, proprio a partire dall'emanazione dei primi due decreti attuativi – nn. 155 e 156 del 2011, predisposti ed emanati dal Ministero dello Sviluppo economico, anche sulla scorta delle attività di approfondimento e di studio svolte da Unioncamere – relativi alla designazione e nomina dei componenti del Consiglio e all'elezione dei membri della Giunta delle Camere, il primo, e alla composizione dei Consigli camerali, il secondo.

Si è trattato di un passaggio estremamente significativo che ha permesso di dare piena efficacia alla riforma del 2010, con particolare riferimento alla normativa sulla formazione degli organi camerali; in tale ambito, peraltro, sono stati disciplinati tra gli altri gli aspetti relativi alla Consulta provinciale dei liberi professionisti e alla presenza equilibrata di uomini e donne negli organi camerali.

In particolare, il decreto 156/2011 stabilisce come gli Statuti camerali debbano prevedere norme specifiche per assicurare condizioni di pari opportunità nella designazione, da parte delle organizzazioni imprenditoriali, dei propri rappresentanti nei Consigli e per promuovere la presenza di entrambi i sessi negli organi collegiali dell'ente-Camera, ovvero la Giunta ed il Collegio dei revisori. Un principio che, nel tempo, potrebbe essere anche applicato agli organi di amministrazione degli enti ed aziende dipendenti dalla Camera, prevedendo l'obbligo di nominare o designare almeno un componente di genere diverso dalla maggioranza.

Dal punto di vista delle relazioni istituzionali con il Governo e il Parlamento, il 2011 è stato un anno molto impegnativo che ha richiesto un particolare sforzo, a causa dello scenario di crisi e dei difficili equilibri economici e di finanza pubblica che hanno determinato, da parte sia del Governo Berlusconi sia di quello Monti, un'intensa attività di produzione normativa.

Il monitoraggio sistematico, curato da Unioncamere, della considerevole decretazione d'urgenza da parte del Governo e dei provvedimenti all'esame del Parlamento ha visto l'approvazione di numerosi provvedimenti di diretto interesse del Sistema camerale (Tav. 4); tra questi, a titolo esemplificativo, il cd Statuto delle imprese (legge 180/2011), che riconosce in diversi passaggi il fondamentale ruolo delle Camere per la competitività del sistema produttivo nazionale, e il cd Salva Italia in cui, come si è già avuto modo di leggere, è prevista la presenza di Unioncamere nella Cabina di regia che dovrà definire le linee guida per l'attività della "nuova" ICE.

A riguardo, nel corso del 2011 Unioncamere ha più volte rappresentato le Camere di commercio in sede di audizione presso le Commissioni parlamentari; ciò, oltre che per lo Statuto delle imprese, in merito ai temi dell'internazionalizzazione, della mediazione e del turismo, su ciascuno dei quali ha avuto modo di approfondire le specifiche tematiche e portare il contributo del Sistema camerale.

In particolare, in occasione dell'audizione per lo Statuto delle imprese sono state presentate diverse proposte emendative, poi accolte, che hanno ampiamente valorizzato il ruolo delle Camere di commercio: a tale riguardo, basti pensare che il testo di legge cita espressamente le Camere di commercio in tredici passaggi, oltre a richiamare il ruolo di Unioncamere e del Registro delle imprese nell'attuazione delle proprie finalità.

La fine dell'anno è stata poi caratterizzata da un'azione volta a sensibilizzare il nuovo Governo su temi di fondamentale importanza per il tessuto imprenditoriale e di cui le Camere di commercio si sono fatte promotrici attraverso la predisposizione di circa quaranta proposte raccolte in diversi dossier in materia di semplificazione, accesso al credito, internazionalizzazione delle imprese, green economy, infrastrutture, promozione della nuova imprenditorialità, contratti di rete.

Al fine poi di valorizzare le funzioni di collegamento con le politiche economiche nazionali e regionali è stato rafforzato il ruolo del sistema delle Camere, quali autonomie funzionali, nei rapporti con le rappresentanze delle autonomie locali; ciò avviando un percorso di collaborazione e confronto, anche in considerazione del prossimo ingresso nella governance di Unioncamere di rappresentanti delle autonomie, secondo quanto previsto dal decreto di riforma.

Tav. 4: Provvedimenti normativi d'interesse per le Camere di commercio monitorati nel corso del 2011

Decreto direttoriale 16 dicembre 2011	<i>Decreto direttoriale del 16 dicembre 2011, ai sensi del decreto 4 agosto 2011, n. 155, art. 7, comma 2.</i>	Sono pubblicati i dati forniti da 11 Camere di commercio relativi ai parametri: numero delle imprese al 2010, indice di occupazione e valore aggiunto al 2009, diritto annuale, importo versato per il 2010, per i settori individuati dal decreto 4 agosto 2011, n. 155.
Legge 15 dicembre 2011, n. 217	<i>Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee – Legge comunitaria 2010.</i>	Si prevede la delega al Governo per l'attuazione di una serie di direttive tra cui la 2011/17/UE sulla metrologia che abroga molte precedenti direttive che risultano ormai tecnicamente superate dalla tecnologia delle misurazioni o riguardano strumenti sempre meno utilizzati e coordina maggiormente la normativa comunitaria a quella nazionale.
Legge 22 dicembre 2011, n. 214	<i>Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, recante disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici.</i>	Tra le misure più importanti: <ul style="list-style-type: none"> • Viene costituita l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e la Cabina di regia per determinare le linee guida e di indirizzo strategico in materia di promozione ed internazionalizzazione delle imprese, in cui siede anche Unioncamere. • Sono previste norme per la patrimonializzazione dei Confidi, cui possono partecipare anche le Camere di commercio. • Si introducono semplificazioni per alcune categorie che producono rifiuti pericolosi in relazione, tra l'altro, all'obbligo di registrazione e comunicazione al Catasto dei rifiuti tramite MUD.

Tav. 4: Provvedimenti normativi d'interesse per le Camere di commercio monitorati nel corso del 2011

Decreto direttoriale 29 novembre 2011 *Approvazione delle specifiche tecniche per la creazione di programmi informatici finalizzati alla compilazione delle domande e delle denunce da presentare all'Ufficio del registro delle imprese per via telematica o su supporto informatico.* Il Ministero dello Sviluppo Economico approva le specifiche tecniche della modulistica che deve essere utilizzata per il deposito dei bilanci.

Legge 12 novembre 2011, n. 183 *Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (Legge di stabilità 2012).* Vengono introdotte misure in materia di personale che limitano il ricorso delle Camere di commercio e delle loro Aziende speciali ad ulteriori unità di personale a tempo determinato, ovvero tramite convenzioni o contratti di collaborazione coordinata e continuativa, nel limite del 50 % della spesa sostenuta per le stesse finalità nell'anno 2009; si prevede inoltre l'assoggettamento anche delle Aziende speciali agli stessi vincoli in materia di personale previsti per le Camere. Sono poi previste disposizioni che estendono a tutto il territorio nazionale, in via sperimentale, le disposizioni relative alle cosiddette zone a "burocrazia zero", nonché alcune misure di semplificazione amministrativa e riduzione degli oneri amministrativi che estendono il regime di autocertificazione.

Legge 11 novembre 2011, n. 180 *Norme per la tutela della libertà d'impresa. Statuto delle imprese.* Il provvedimento contiene una serie di importanti novità per il Sistema camerale. Tra queste, si prevede per gli organi di amministrazione camerali la presenza di un numero di componenti tale da garantire la rappresentatività anche in Giunta dei diversi settori economici più rilevanti per il territorio; si riconosce alle associazioni di categoria rappresentate in almeno cinque Camere di commercio la legittimazione ad agire; le Camere di commercio garantiscono la pubblicazione e l'aggiornamento delle norme e dei requisiti minimi per l'esercizio di ciascuna tipologia di attività d'impresa; le certificazioni relative all'impresa devono essere comunicate al Registro delle imprese e sono inserite nel REA.

Tav. 4: Provvedimenti normativi d'interesse per le Camere di commercio monitorati nel corso del 2011

Decreto ministeriale 10 novembre 2011	<i>Misure per l'attuazione dello Sportello unico per le attività produttive di cui all'articolo 38, comma 3-bis, del decreto legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito con modificazioni dalla legge 6 agosto 2008, n. 133.</i>	Il decreto, emanato congiuntamente dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Ministero per la Semplificazione Normativa, individua e disciplina alcuni problemi e criticità manifestatisi nella prima fase di gestione del SUAP.
Legge 14 settembre 2011, n. 148	<i>Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 13 agosto 2011, n. 138, recante ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo. Delega al Governo per la riorganizzazione della distribuzione sul territorio degli uffici giudiziari.</i>	Viene ripristinato il SISTRI, inizialmente soppresso.
Decreto 4 agosto 2011, n. 156	<i>Regolamento relativo alla designazione e nomina dei componenti del Consiglio ed all'elezione dei membri della Giunta delle Camere di commercio in attuazione dell'articolo 12 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, come modificata dal decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23.</i>	Con il regolamento viene attuato il nuovo testo dell'articolo 12 della legge 580/1993, come riformata dal d.lgs. n. 23/2010, prevedendo criteri e modalità relative alla procedura di designazione dei componenti il Consiglio delle Camere di commercio, nonché di elezione dei membri della Giunta.
Decreto 4 agosto 2011, n. 155	<i>Regolamento sulla composizione dei Consigli delle Camere di commercio in attuazione dell'articolo 10, comma 3, della legge 29 dicembre 1993, n. 580, così modificata dal decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23.</i>	Con il regolamento, a seguito del d.lgs. 23/2010 di riforma del sistema delle Camere di commercio, il ministro dello Sviluppo Economico attua la nuova formulazione dell'art. 10 della legge 580/1993 relativa alla composizione dei Consigli delle Camere di commercio. In particolare, viene definito il procedimento di determinazione del numero dei seggi spettanti ad ogni settore economico nei Consigli.
Legge 15 luglio 2011, n. 111	<i>Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 6 luglio 2011, n. 98 recante disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria.</i>	Si prevedono misure di riduzione e semplificazione degli adempimenti burocratici; l'integrazione delle disposizioni sul SUAP, tra le quali la nomina, da parte del prefetto, di un commissario <i>ad acta</i> presso i Comuni; l'estensione della Comunicazione unica anche alle imprese artigiane; l'unificazione dei controlli di natura amministrativa nei confronti di alcune categorie di imprese.
Legge 12 luglio 2011, n. 106	<i>Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 13 maggio 2011, n. 70, concernente Semestre europeo – Prime disposizioni urgenti per l'economia.</i>	Tra le novità, viene soppresso l'ICE e viene costituita una Cabina di regia in cui, tra gli altri, è rappresentata Unioncamere.

Tav. 4: Provvedimenti normativi d'interesse per le Camere di commercio monitorati nel corso del 2011

Decreto 12 luglio 2011	<i>Dati relativi al numero delle imprese, all'indice di occupazione e al valore aggiunto per i settori individuati ai commi 1 e 2 dell'articolo 2 del decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 1995, n. 472.</i>	È il decreto che pubblica, per ogni Camera di commercio, i dati necessari alla costituzione dei Consigli camerali.
Decreto 21 aprile 2011	<i>Determinazione delle misure del diritto annuale dovuto per l'anno 2011 alle Camere di commercio, ai sensi dell'articolo 8, della legge 29 dicembre 1993, n. 580, così come modificata dal decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23.</i>	Sono fissati i nuovi diritti annuali dovuti alle Camere di commercio per il 2011.
Decreto legislativo 11 aprile 2011, n. 54	<i>Attuazione della direttiva 2009/48/CE sulla sicurezza dei giocattoli.</i>	Il Ministero dello Sviluppo Economico si avvale delle Camere di commercio nell'espletamento delle funzioni di autorità di vigilanza sulla sicurezza dei giocattoli. Riguardo agli aspetti sanzionatori, il provvedimento conferma la competenza delle Camere di commercio per l'irrogazione delle sanzioni amministrative.
DM 18 febbraio 2011, n. 52	<i>Modifiche ed integrazioni al decreto 17 dicembre 2009, recante: istituzione del sistema di controllo della tracciabilità dei rifiuti, ai sensi dell'articolo 189 del decreto legislativo n. 152 del 2006 e dell'articolo 14-bis del decreto legge n. 78 del 2009 convertito, con modificazioni, dalla legge n. 102 del 2009.</i>	Il decreto ministeriale riunifica in un solo testo tutti i cinque decreti finora emanati sul SISTRI.
Decreto 18 gennaio 2011, n. 32	<i>Regolamento concernente i criteri per l'esecuzione dei controlli metrologici successivi sui sistemi per la misurazione continua e dinamica di quantità di liquidi diversi dall'acqua, ai sensi del decreto legislativo 2 febbraio 2007, n. 22, attuativo della direttiva 2004/22/CE (MID).</i>	Con il Regolamento il ministro dello Sviluppo Economico stabilisce i criteri per l'esecuzione dei controlli metrologici successivi relativi ai sistemi di misura per la misurazione continua e dinamica di quantità di liquidi diversi dall'acqua.
Decreto 18 gennaio 2011, n. 31	<i>Regolamento concernente i criteri per l'esecuzione dei controlli metrologici successivi sugli strumenti per pesare a funzionamento automatico, ai sensi del decreto legislativo 2 febbraio 2007, n. 22, attuativo della direttiva 2004/22/CE (MID).</i>	Con il Regolamento il ministro dello Sviluppo Economico stabilisce i criteri per l'esecuzione dei controlli successivi relativi agli strumenti per pesare a funzionamento automatico.

Tav. 4: Provvedimenti normativi d'interesse per le Camere di commercio monitorati nel corso del 2011

Decreto legislativo 11 febbraio 2011, n. 21	<i>Modifiche al decreto legislativo 20 novembre 2008, n. 188, recante l'attuazione della direttiva 2006/66/CE concernente pile, accumulatori e relativi rifiuti e che abroga la direttiva 91/157/CEE, nonché l'attuazione della direttiva 2008/103/CE.</i>	Il decreto prevede l'obbligo per i sistemi collettivi istituiti per il finanziamento della gestione dei relativi rifiuti di pile ed accumulatori di iscriversi al registro tenuto dalle Camere di commercio e l'obbligo per i produttori di nuove batterie di denunciare annualmente alle Camere di commercio, entro il 31 marzo, i dati relativi alle pile ed accumulatori immessi sul mercato nazionale nell'anno precedente. Le Camere di commercio devono comunicare l'elenco dei sistemi collettivi all'ISPRA che, a sua volta, dovrà trasmettere al Ministero dell'Ambiente i dati relativi alla raccolta e al riciclaggio.
Legge 26 febbraio 2011, n. 10	<i>Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 29 dicembre 2010, n. 225, recante proroga di termini previsti da disposizioni legislative e di interventi urgenti in materia tributaria e di sostegno alle imprese e alle famiglie.</i>	Tra le principali novità, viene confermata l'obbligatorietà della mediazione ad esclusione delle materie del condominio e del risarcimento del danno per la circolazione di veicoli e natanti che vengono rinviate al 2012. Viene anche prorogata la validità del programma statistico nazionale 2008-2010 in attesa del suo aggiornamento.

NOTA METODOLOGICA

Il presente volume è stato realizzato a valere sulle informazioni raccolte con la rilevazione 2012 dell'Osservatorio camerale sulle dimensioni strutturali, organizzative e di servizio delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura. Con particolare riferimento alle specifiche attività di servizio, la rilevazione tiene conto di quanto realizzato dalle stesse Camere tramite il coinvolgimento operativo delle proprie Aziende speciali (per delega funzionale o collaborazione).

Il questionario somministrato alle Camere di commercio si compone di 19 schede ed è stato aperto alla compilazione on line dal 26 marzo al 17 maggio 2012 sul sito internet www.osservatoriocamerale.it; il patrimonio informativo, aggiornato al 31 dicembre 2011 è contenuto nel database Osservatorio camerale; la popolazione di riferimento per la rilevazione è costituita da tutte le Camere di commercio (105 enti) e dalle loro Aziende speciali (134 organismi nel 2011).

Di seguito si riporta il numero di Camere di commercio che hanno risposto al questionario, per singola scheda.

N. di Camere di commercio al 31/12/2011		105
N. di Camere di commercio che hanno compilato il questionario		105
N. di Camere di commercio che hanno chiuso la rilevazione		105
Numero scheda	Denominazione	Dettaglio delle Camere che hanno risposto a ciascuna scheda
1	Organi	105*
2	Organizzazione	105
3	Personale	105
4	Semplificazione amministrativa, e-government, comunicazione	104
5	Internazionalizzazione	104
6	Formazione, orientamento, alternanza, università e lavoro	103
7	Qualificazione e promozione delle filiere	103
8	Finanza	104
9	Partecipazioni camerale	104
10	Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale	104
11	Ambiente	103
12	Servizi per l'imprenditorialità	103
13	Sviluppo locale, promozione del territorio, attività per il settore del commercio e dei servizi	103
14	Servizi per i settori del turismo e dei beni culturali	103
15	Statistica, studi, ricerche e documentazione	103
16	Biblioteche e gestione documentale	103
17	Regolazione del mercato	104
18	Green economy, energia ed efficientamento energetico, responsabilità sociale d'impresa (CSR)	103
19	Programmazione e progettazione comunitaria	103

**Alla data di riferimento per la rilevazione una Camera di commercio risulta commissariata ed una in fase di rinnovo degli organi.*

Le informazioni relative al volume degli interventi economici rilevati dall'Osservatorio per ambito di attività fanno riferimento a dati di bilancio preconsuntivo; ciò in quanto al momento della rilevazione non tutte le Camere avevano approvato il bilancio d'esercizio 2011.

Tali dati sono divulgati al fine di dare un orientamento affidabile riguardo al volume di risorse restituite al territorio nel 2011 sotto forma di servizi, progettualità ed investimenti per la crescita. Le informazioni desunte, successivamente, dai documenti contabili delle Camere di commercio (tramite apposito monitoraggio *ad hoc* di Unioncamere) attestano in ca. 500 milioni di euro complessivi il volume degli interventi economici delle Camere per progettualità e servizi in favore del territorio, distribuiti per linee di attività.

La fonte dati, salvo nei casi espressamente indicati, è sempre l'Osservatorio camerale 2012.