Previsioni economiche e congiunture dei settori produttivi

Il Centro Studi ha realizzato periodicamente delle indagini, a livello di macro-area territoriale e/o a livello regionale, sugli andamenti congiunturali e occupazionali delle imprese. Con cadenza trimestrale è stato intervistato un campione di 8.000 imprese ed i risultati dell'indagine sono stati diffusi attraverso appositi comunicati stampa riguardanti i settori del commercio, manifatturiero e dei servizi. A tal riguardo, specifiche elaborazioni sono state realizzate per conto di strutture del sistema camerale (Unione Regionale Emilia Romagna, Unione Regionale Basilicata, Camera di Commercio di Milano e Camera di commercio di La Spezia) per estendere la significatività dei risultati dell'indagine nazionale anche a livello regionale e provinciale.

In collaborazione con la Società Ref il Centro Studi ha, attraverso il raccordo delle informazioni di fonte propria e di altri istituti di ricerca, predisposto una serie di attività finalizzate ad integrare ed armonizzare i dati relativi alle indagini congiunturali sul commercio al dettaglio condotte trimestralmente, con le rilevazioni prodotte dalla Società Ref sugli andamenti della Grande Distribuzione e della Distribuzione Tradizionale. La standardizzazione delle procedure di integrazione delle fonti statistiche e delle successive operazioni di controllo dei risultati, ha permesso di definire, con cadenza bimestrale, l'andamento delle vendite nella Grande Distribuzione Organizzata. I risultati relativi ai vari bimestri del 2004 sono stati diffusi e promossi attraverso "Vendite Flash", supplemento editoriale alla rivista "Politiche e reti dello sviluppo". Tale filone di ricerca, che sarà realizzato anche nel corso del 2005, consente di analizzare nel dettaglio le performance delle vendite del segmento più dinamico della rete distributiva (ipermercati e supermercati) e di valutare la dinamica evolutiva del settore commerciale in Italia.

Il Centro Studi Unioncamere, in collaborazione con la Società CER, ha dato seguito alla implementazione e realizzazione di un modello di microsimulazione degli impatti delle politiche fiscali sulle imprese a livello regionale, il cui progetto di fattibilità era stato predisposto nel corso del

2003. I risultati di tale sperimentazione saranno diffusi in un apposito convegno nel corso del 2005.

Infine, in collaborazione con la Società Prometeia, il Centro Studi Unioncamere ha implementato il modello di previsione economica per l'Italia e le Regioni italiane realizzato nel corso del 2002 e proseguito nel 2003. In particolare, utilizzando i dati desunti dagli Scenari per le economie locali prodotti da Prometeia opportunamente integrati con i risultati delle indagini congiunturali condotte con cadenza trimestrale dal Centro Studi Unioncamere, sono stati costruiti quattro scenari inediti di previsione per le regioni e per l'economia italiana (quattro scenari per trimestre).

Analisi economico-aziendali

Il Centro Studi sta curando da quattro anni un'attività di elaborazione sull'universo dei bilanci delle società di capitale (circa 600.000), volta a favorire una più approfondita analisi economica settoriale e territoriale in Italia. Le informazione e i dati disponibili sono stati utilizzati nell'ambito di una serie di ricerche ed indagini svolte dal Centro Studi Unioncamere.

Sempre nel corso dell'anno 2004 il Centro Studi Unioncamere, in collaborazione con Mediobanca, ha svolto una serie di attività finalizzate alla realizzazione della quarto edizione sui bilanci delle medie imprese industriali in Italia. I risultati della ricerca sono stati presentati in occasione del convegno: "Le medie imprese industriali italiane (1996 – 2001), tenutosi il 1° dicembre 2004 a Roma, presso la sede di Unioncamere.

Al fine di garantire la più ampia diffusione dei risultati, sono stati organizzati a livello territoriale, specifici convegni, ed in particolare a Torino il 20 dicembre 2004 e a Verona il 20 gennaio 2005.

L'analisi sulle medie imprese ha consentito di approfondire il modello aziendale che rappresenta oggi la punta di diamante del nostro sistema produttivo e di studiarne, anche in un'ottica settoriale e territoriale, i fattori competitivi che hanno consentito loro di raggiungere posizioni di leadership

nel mondo (qualità, stile flessibilità produttiva, innovazione di prodotto e di processo).

Infine, occorre sottolineare che l'analisi economico-aziendale ha condotto anche all'aggiornamento della Banca Dati sui gruppi di impresa. A tal riguardo, si è proceduto al trattamento delle informazioni disponibili nell'Archivio Soci gestito da Infocamere, allo scopo individuare - per l'intero territorio nazionale e per tutti i settori di attività economica - i legami societari, la numerosità dei gruppi, la loro distribuzione e le principali caratteristiche.

Attraverso l'analisi sui gruppi e sulle reti di impresa è stato possibile approfondire un importante fattore strategico che ha consentito la crescita e la competitività delle micro e le piccole imprese (asse portante del tessuto imprenditoriale italiano) che risultano essere sempre più fondate su modelli a reti (formali e non). Tale analisi hanno consentito, inoltre, di spiegare anche alcuni tratti caratteristici della demografia delle imprese italiane negli ultimi anni ed in particolare, la tendenza verso forme organizzative più evolute.

Nel corso del 2004, in collaborazione con la Società di Mediobanca R&S S.p.A., il Centro Studi Unioncamere ha realizzato le diverse fasi di progettazione, realizzazione ed implementazione di un inedito modello matematico-statistico in grado di misurare, utilizzando le informazioni presenti nella banca dati dei bilanci, la capacità economica e finanziaria delle società di capitale in Italia. I risultati della sperimentazione del modello saranno diffusi nel corso del 2005.

5. ***Area organizzazione e e-government***

L'attività realizzata nel 2004 dall'Area Organizzazione ed E-Government è stata sviluppata secondo cinque direttrici finalizzate a promuovere lo sviluppo della professionalità e gli strumenti giuridici e contrattuali per la gestione del rapporto di lavoro; lo sviluppo di nuovi servizi per l'efficienza

della rete camerale; lo sviluppo di programmi e strumenti per incrementare l'efficacia dei servizi nei confronti delle imprese e della rete camerale; la realizzazione di programmi e strumenti di monitoraggio e promozione delle attività del sistema camerale; lo sviluppo di programmi e strumenti per l'e-government.

1. *LAVORO E PROFESSIONALITÀ*

L'impegno su questo fronte ha inteso rispondere ad un duplice obiettivo: da un lato consolidare il ruolo di supporto e consulenza nei riguardi delle Camere per gli aspetti legati alla gestione del personale, dall'altro sviluppare nuovi filoni e stimolare nuove sensibilità nell'approccio alla risorsa umana camerale.

Sotto il primo aspetto, con il contributo dell'apporto professionale esterno utilizzato già da qualche tempo, è stata migliorata l'attività di consulenza in favore degli enti camerali, facendo fronte ad una accresciuta (nell'ordine di alcune centinaia su base annua) mole di quesiti – ormai inoltrati con modalità non più solo cartacea - garantendo il rispetto di tempi di risposta in linea con la necessità per le Camere di veder soddisfatte le esigenze di chiarimento avanzate. A questo si aggiungono note informative e documenti di chiarimento su novità legislative e giurisprudenziali (in media, uno-due al mese), intese a favorire lettura e gestione applicativa delle stesse.

Sotto il secondo aspetto, la collaborazione con Mides, società che cura housing e redazione del portale LavoroPA, sta consentendo al portale stesso una crescita esponenziale nella percezione degli operatori del sistema pubblico, non solo camerale (media di circa 10.000 contatti giornalieri, con un numero di pagine scaricate superiore alle 1.500). Il portale, dunque, va assumendo sempre più i connotati di una partecipazione attiva con Regioni, Comuni e Province sui temi del lavoro divenendo, altresì, uno strumento imprescindibile per le direzioni del

personale delle Camere, che mette a disposizione delle stesse norme, sentenze, circolari di immediata attualità, accessi a consulenze on-line, materiali e metodologie sui sistemi operativi di gestione delle risorse umane, informazioni su offerte di lavoro del mercato camerale e pubblico in genere, nonché sui circuiti e le iniziative di formazione rivolte al personale della P.A. e camerale in particolare.

Regolamenti di organizzazione e Commissioni politiche contrattuali

L'operato della Commissione per le politiche contrattuali si è caratterizzato soprattutto per l'analisi e la valutazione delle proposte via via emerse durante la trattativa per il rinnovo del CCNL 2002-2005 del personale dirigente del comparto autonomie. In particolare, l'apporto della Commissione ha permesso sia di elaborare proposte Unioncamere poi confluite nelle linee di indirizzo per l'Aran da parte del Comitato di settore del comparto, sia di rimuovere alcune incongruenze che stavano emergendo nella bozza di accordo, valorizzando quindi in modo efficace il ruolo di interlocutore tecnico della Commissione nel rapporto con l'Unione.

Personale Camere all'estero

Con la finalità di incrementare la professionalità delle alte direzioni delle Camere di Commercio e la loro conoscenza del territorio non solo nazionale, ma anche estero, l'Area ha, inoltre partecipato al Meeting dei Segretari Generali delle Camere di Commercio Italiane all'estero. Il Meeting è stato organizzato, insieme ad Assocamerestero, a Lucca dal 19 al 23 luglio, in collaborazione con la locale Camera di Commercio e con le strutture camerali toscane, per offrire un'occasione di discussione, dibattito e formazione per le direzioni delle Camere Italiane all'estero, focalizzata sullo "sviluppo dei progetti di rete e monitoraggio nelle azioni di promozione per l'internazionalizzazione".

Il Meeting si è proposto l'obiettivo di:

- realizzare un'occasione di dibattito e di riflessione allargata sui temi della competitività del made in Italy e sulle connesse innovazioni da sviluppare in termini di politiche di promozione, evidenziando, nello specifico, il contributo del sistema camerale italiano;
- consolidare una progettualità di rete, tra il sistema camerale italiano e quello delle CCIE, individuando ambiti innovativi di collaborazione per lo sviluppo dei servizi per l'internazionalizzazione.

Complessivamente in tale ambito le attività hanno comportato un impegno di spesa pari a 348.331,00 euro.

2. *EFFICIENZA E SVILUPPO NUOVI SERVIZI*

Network Pareto – Sistema informativo per gli indicatori di efficienza delle Camere di Commercio

Un importante strumento di supporto ai processi decisionali delle Camere di Commercio in un'ottica di sviluppo delle strategie di rete è rappresentato dal sistema informativo per l'efficienza ed efficacia dei servizi camerali denominato Pareto. Il sistema, operativo e consultabile on line dal 2002 nasce a completamento della capacità di monitoraggio da parte delle Camere di Commercio dei risultati conseguiti relativamente alle attività rivolte alle imprese e fornisce, ai soggetti del sistema camerale – Camere di Commercio e Aziende Speciali - , un parametro su cui confrontarsi per valutare effettivamente, in base ai numeri e non alle percezioni, il grado di efficienza raggiunto.

Pareto, infatti, riveste una duplice finalità: da una parte si presenta come una piattaforma per l'integrazione di tutte le informazioni sul funzionamento e sul "rendimento" delle singole Camere di Commercio in un'unica base dati; dall'altra consente di rendere immediatamente accessibili tutti i dati necessari a supporto del processo di programmazione e valutazione dei servizi camerali.

Sono due facce di una stessa medaglia: il benchmarking che Pareto propone, infatti, insieme al controllo di gestione e all'attività dei nuclei di valutazione, costituisce una base solida su cui poggiare decisioni, strategie ed iniziative che attengono agli organi dirigenziali. È uno spazio virtuale per la condivisione di esperienze, metodologie e best practices che siano da stimolo verso il miglioramento delle attività delle Camere di Commercio.

Nel corso del 2004 il sistema informativo, oltre ad essere aggiornato con i nuovi dati, è stato anche ampliato attraverso un nuovo pannello di indicatori di sintesi, raggruppati in 9 tipologie di servizio, che permettono di conoscere il livello di efficienza e di efficacia, raggiunto in specifiche aree di attività, da ciascuna Camera di Commercio e relative Aziende Speciali.

In particolare sono stati individuati 54 indicatori per le seguenti aree di servizio:

1. Registro imprese (dati non ancora disponibili)
2. Arbitrato e Conciliazione
3. Promozione delle filiere
4. Finanza e Credito
5. Innovazione tecnologica e qualità
6. Sviluppo nuove imprese
7. Internazionalizzazione
8. Produzione ed erogazione informazioni (Studi e Statistica)
9. Formazione

Il nuovo pannello è stato realizzato sia attraverso il diretto coinvolgimento delle Camere di Commercio, sia utilizzando l'apporto professionale di una importante struttura accademica, operante presso l'Università di Siena, che ha permesso di elaborare non solo i 54 indicatori, ma anche un quadro concettuale e metodologico generale attraverso il quale interpretare i dati. La metodologia proposta dall'Università per

l'individuazione di un sistema di indicatori delle performance è, in particolare, quella della Balanced Scorecard (BSC).

Tale metodologia ha permesso la messa a punto di un insieme bilanciato e armonico di indicatori selezionati, di tipo economico - finanziario e non, in grado di consentire al vertice dell'ente camerale di esplicitare per ciascun livello le correlazioni tra il momento di definizione degli obiettivi strategici e il momento realizzativo.

L'approccio proposto, inoltre, aiuta a concentrarsi sul futuro più che sul passato, in quanto stimola a porre l'attenzione sull'innovazione e sullo sviluppo delle potenzialità esistenti all'interno, piuttosto che sul miglioramento marginale dei risultati attuali.

In particolare, i profili di risultato oggetto di indagine sono relativi alle seguenti prospettive:

Economico/finanziaria, ovvero quali sono gli obiettivi perseguibili in termini economico/finanziari dall'ente camerale nel suo complesso? dalle singole aree? dalle singole funzioni?

Clienti (esterni ed interni): quali sono i nostri clienti (clienti esterni, altri uffici, nostri colleghi e collaboratori)? soddisfiamo pienamente le loro esigenze? con quali iniziative/progetti possiamo migliorare il servizio fornito loro? come possiamo monitorare il nostro avanzamento in tale direzione?

Processi interni: quali sono i processi svolti nell'ambito delle singole funzioni? Come si collegano le diverse funzioni? in che modo? quali sono gli obiettivi dei processi interni? in quali di essi dobbiamo eccellere/focalizzare per essere efficaci? come dobbiamo modificare i processi esistenti per eccellere? quali nuovi processi dovremmo introdurre?

Innovazione, crescita ed apprendimento: mediante quali iniziative/progetti/risultati possiamo sostenere la nostra capacità di cambiare e migliorare?

Utilizzando il sistema informativo come leva è stato, inoltre, possibile organizzare incontri per avviare dei momenti di riflessioni strutturati sul tema della programmazione e valutazione ed i suoi riflessi operativi sulla gestione della Camera di Commercio e delle sue Aziende Speciali; in particolare sono stati realizzati sia dei momenti di approfondimento con i funzionari delle Camere di Commercio che si occupano di controllo strategico sia degli incontri presso le Camere di Commercio con i Consigli dove i dati emersi dal sistema informativo sono stati utilizzati per avviare delle riflessioni sulle strategie organizzative dell'ente e sui possibili interventi. Il programma 2004 di incontri con gli Amministratori Camerali si è concretizzato nell'organizzazione di 13 seminari che hanno interessato più di 200 consiglieri camerali e, in alcuni casi, rappresentanti delle associazioni di categoria.

L'elaborazione dei dati estrapolati dal sistema informativo ha permesso inoltre di supportare con una documentazione analitica importanti momenti decisionali anche a livello nazionale; quali ad esempio a supporto di politiche dei servizi o nel confronto con il Governo su tematiche quali le deroghe al blocco delle assunzioni ancorate a parametri di efficienza. Le elaborazione e soprattutto la quantità e la qualità dei dati e delle informazioni inserite nel sistema è stata resa possibile dal supporto fornite da una risorsa professionale dedicata acquisita tramite un contratto di collaborazione.

Unioncamere.net – Sportello camerale

Nel corso dell'anno è stato avviato un lavoro di aggiornamento grafico e di implementazione delle funzionalità del sito www.unioncamere.net che da diversi anni offre servizi di consulenza on-line alle Camere di commercio. In particolare tale impegno ha consentito oggi di avere 13 *aree di attività* tematiche sui servizi offerti da Unioncamere, un'*area servizi* con oltre 10 applicativi per la trasmissione dei dati tra Camere di

commercio e Unioncamere, un'*area informativa* con i documenti più rilevanti per il sistema camerale, la newsletter periodica, il calendario delle riunioni che si tengono presso Unioncamere e la rassegna stampa. E' stata realizzata, inoltre, la *prima pagina* con le notizie più rilevanti per il sistema camerale.

Per diffondere ulteriormente le potenzialità di tale strumento tra gli operatori del sistema camerale (la media dei contatti giornalieri è di oltre 250) è stata, inoltre, predisposta una brochure illustrativa per le Camere di commercio e le Unioni regionali.

Le attività svolte in tale ambito hanno comportato un impegno complessivo di spesa pari a 80.609,00 euro.

3. *RETE*

Osservatorio Legislativo – Unioni Regionali

Anche in questo caso si è lavorato al consolidamento e all'ampliamento a pressoché l'intera rete delle Unioni Regionali dell'attività di monitoraggio della formazione della legislazione regionale avviata nel corso del 2003 (originariamente coinvolgendo nel partenariato di progetto 12 Unioni).

E' stata realizzata ed alimentata una piattaforma di condivisione in rete (in modalità ASP) delle informazioni raccolte da ciascuna U.R. e dall'Ufficio Legislativo dell'Unioncamere nel corso della propria attività di monitoraggio della produzione legislativa nazionale e regionale, ed il relativo database, articolato per materie (Agroalimentare, Artigianato, Commercio e Servizi, Finanza e Credito, Informazioni statistiche, Internazionalizzazione, Riforme Istituzionali, Nuova Impresa, Ricerca ed innovazione), è arrivato a contare su oltre 400 file.

A supporto della rete di professionalità venutasi man a mano a creare nell'ambito del progetto, è stata poi organizzata, in collaborazione con l'ufficio Legislativo dell'Unioncamere, un'attività formativa rivolta ai funzionari delle Unioni regionali.

Il corso si' e' articolato in 3 fasi di formazione di 2 giornate ciascuna ed in un seminario conclusivo ed ha visto la partecipazione di 25 funzionari, che hanno approfondito le tecniche di gestione dell'attività di *lobbying* e di relazioni politiche istituzionali.

Anagrafe professionalità

Completati la ricognizione e l'aggiornamento della popolazione dirigente e delle alte professionalità, caratterizzata da un certo tasso di variabilità frutto principalmente di ragioni legate all'anagrafe dei componenti, l'ultimo periodo dell'anno è stato dedicato alla definizione delle modalità di interfaccia delle informazioni raccolte tramite questionari inviati ai diretti interessati (informazioni che attengono al profilo individuale, alle skills professionali detenute, all'excursus lavorativo di ciascuno) e la piattaforma tecnologica, già messa a punto con il contributo di Infocamere, sulla quale dette informazioni dovranno girare, alimentando così un giacimento di dati da utilizzare in modo strutturato per molteplici finalità (tra le altre, la programmazione dei percorsi formativi e di apprendimento all'interno del progetto Campus, l'utilizzo dell'elenco degli aspiranti alla nomina a Segretario generale in mod più mirato alle esigenze delle Camere di volta in volta chiamate a nominare tale figura).

CRM – Relazioni con l'impresa

Il progetto di CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT per la rete camerale punta a sviluppare e sperimentare nuove modalità di comunicazione ed informazione rivolte alle imprese relative ai servizi promozionali delle Camere di Commercio.

Con la seconda fase del progetto, sono salite a 22 le Camere di commercio unite nel *network* creato per una condivisione delle spese di sviluppo dell'infrastruttura e per la messa a fattor comune delle soluzioni organizzative sperimentate nell'ambito della sperimentazione avviata.

In particolare, l'azione di progetto si è concretizzata con la realizzazione della *release* 2.0 di una piattaforma ASP che, sviluppata in partenariato tra le 22 Camere, consente l'invio in automatico di informazioni, newsletter, inviti ad iniziative, convegni e seminari a gruppi profilati e quindi mirati di imprese.

I risultati conseguiti sono stati presentati e valorizzati in occasione di saloni quali ComP.A. (con uno stand dedicato al progetto che ha visto la partecipazione integrata di tutte le Camere partner) e Forum P.A.

E' stato infine realizzato il sito internet del progetto che, oltre a costituire una vetrina del complesso delle attività realizzate, si caratterizza come uno strumento di lavoro cooperativo tra le Camere partner, rendendo disponibili e scaricabili materiali di progetto (presentazioni.ppt, report di attività, accordi di progetto, materiali distribuiti nel corso di riunione ecc.).

Il sito è accessibile dall'intranet www.unioncamere.net

Siproc – Sistema informativo sui progetti delle Camere di Commercio

L'obiettivo di monitorare e confrontare le realizzazioni progettuali delle Camere di Commercio si è modificato nel corso del 2004, anche in considerazione della necessità di non frammentare le attività di comunicazione da parte delle singole Camere di Commercio. Infatti il monitoraggio dei progetti è confluito nell'Osservatorio Camerale a partire dalla rilevazione per il 2004, mentre il confronto è stato sviluppato nelle nove aree di attività della apposita sezione del programma Pareto, attraverso appositi indicatori di comparazione delle attività realizzate.

Complessivamente in tale ambito le attività hanno comportato un impegno di spesa pari a 156.240,00 euro

4. *MONITORAGGIO E PROMOZIONE*

Osservatorio Camerale - Servizi

L'azione di monitoraggio delle strutture e servizi patrimonio della rete camerale, ai fini di una sempre migliore comprensione del complesso

delle azioni messe in campo dalla rete, dei settori di intervento e delle risorse impiegate, si concretizza annualmente nella redazione del Rapporto sul sistema camerale e nei relativi dossier di approfondimento.
In questo senso, è proseguito lo sforzo di caratterizzare l'Osservatorio camerale quale strumento di comunicazione e diffusione delle iniziative intraprese dalle CCIAA e dal complesso delle componenti la rete camerale; a conferma di ciò, in occasione del ricevimento della delegazione ufficiale del sistema camerale da parte del Capo dello Stato Ciampi, è stato realizzata un'edizione speciale della linea editoriale del Rapporto sul sistema camerale, con la pubblicazione di un volume che ha presentato le attività del sistema e una raccolta di migliori prassi progettuali camerali.
Dal punto di vista tecnologico, é proseguita l'azione di adeguamento nelle modalità di raccolta delle informazioni tramite web: in particolare e' stato garantito alle Camere di commercio ed alle Unioni regionali delle CdC l'accesso on-line al database delle informazioni comunicate dalla rete, sia al fine della rendicontazione delle attività camerali al Ministero delle Attività Produttive (per tramite delle Regioni); sia per le proprie esigenze di *benchmarking* in termini di servizi resi e di risorse (umane, strutturali, finanziarie) attivate.
L'attività redazionale, secondo la nuova linea editoriale lanciata negli ultimi due anni, si è concretizzata con la realizzazione del
Rapporto 2004 sul Sistema Camerale
dossier di approfondimento sulle "Aziende speciali"
dossier di approfondimento su "Arbitrato e Conciliazione

Manifestazioni di promozione della PA (Roma, Bologna, Rimini)

Particolare cura è stata posta nell'organizzazione della presenza istituzionale dell'Unioncamere alle tre rassegne annuali della Pubblica Amministrazione: EuroP.A. (Rimini, 24 - 27 marzo 2004), Forum P.A.

(Roma, maggio 2004) e ComP.A. (Bologna, settembre 2004).

In alcuni casi (Euro.PA e COM.PA) si è realizzata una partecipazione congiunta con altre realtà camerali, nell'ambito dello stesso spazio espositivo, testimonianza concreta di una visione integrata del sistema.

La finalità di rappresentare ruolo e capacità di risposta delle Camere di Commercio - quale esemplificazione di efficienza di "Amministrazione Pubblica" che contribuisce a creare autentica innovazione - è stata sintetizzata attraverso la realizzazione di apposito materiale promozionale distribuito in loco:

Pieghevole istituzionale "Camere di Commercio, il sistema per crescere";

Brochure "Linee programmatiche 2004-2006";

Brochure "portale delle imprese"-servizi integrati;

Brochure "II° Rapporto sull'innovazione nelle regioni d'Italia;

Brochure "CRM" e le Camere di Commercio;

Brochure "LavoroPA" - Il portale del sistema camerale per la gestione delle risorse umane.

Diversi sono stati i convegni e le occasioni seminariali organizzati all'interno delle singole manifestazioni.

L'animazione dello stand istituzionale è stata garantita grazie a:

"demos" di presentazione dei progetti di migliore prassi del sistema:

degustazioni di prodotti tipici di alcune realtà camerali.

La realizzazione di comunicati stampa e, nel caso del COM.PA, la realizzazione di un intervista trasmessa in tempo reale su TELE.PA. sono stati alcuni dei servizi a supporto di una incisiva diffusione delle migliori prassi messe in atto dalle Camere di Commercio a favore della promozione del territorio, il cui ritorno in termini di visibilità premia gli sforzi fatti.

Lavoro – REF

L'esperienza di questi ultimi anni ha messo in evidenza l'importanza di governare ed utilizzare la conoscenza di una serie di dinamiche che vanno dalle politiche occupazionali alle strutture retributive del mondo camerale, esaminate in maniera sistemica ed organica così da costituire la base storica per consentire verifiche tecniche sull'andamento delle scelte effettuate in questo ambito dagli enti camerali e sulla loro coerenza con le linee progettuali, anche di sistema, elaborate ed impostare, con adeguato fondamento, prospettive di sviluppo sulla base delle opportune simulazioni.

Sempre con il supporto scientifico della Ref, nel rapporto con la quale si è impegnato il budget disponibile a tale fine, si è provveduto a consolidare il patrimonio informativo "storico" (indispensabile, come detto, per imbastire qualunque ragionamento di prospettiva), attraverso la pulizia, per così dire, e la normalizzazione dei dati forniti dalle Camere di commercio, così da garantire la più completa attendibilità degli stessi e da agevolare l'acquisizione di quelli riferiti alle prossime annualità.

Ciò ha consentito di disporre di un database aggiornato all'ultimo triennio (e successivamente con le annualità future), che rappresenta un'importante fonte di conoscenza sull'andamento dei processi gestionali relativi al personale camerale e si avvia a costituire – in efficace interfaccia con il network Pareto - l'elemento conoscitivo sul quale poggiare per realizzare forme di benchmarking tra classi di riferimento di Camere di commercio.

L'iniziativa, peraltro, si sta evolvendo verso dinamiche di ricerca ed elaborazione più strutturate, puntando su strumenti di comunicazione agevolmente identificabili, facili da consultare, immediati nello stare, per così dire, sui temi e nell'analizzare gli stessi, in grado di affrontare anche in una visione prospettica gli argomenti trattati.

In base alle caratteristiche dell'obiettivo da conseguire, lo strumento più

adeguato si è ritenuto essere quello della newsletter, anche in sintonia con strumenti analoghi utilizzati dall'Unione su altre tematiche del tutto assimilabili.

Considerata l'assoluta novità del filone di attività prospettato, si è preferito passare prima per una fase sperimentale, che consentisse di compiere tutte le simulazioni e le verifiche necessarie prima delle uscite ufficiali.

La collaborazione con la società Ref ha riguardato, quindi, anche la realizzazione di un prototipo di newsletter propedeutico ad uno stabile intervento comunicativo di Unioncamere, sul piano istituzionale, sulle politiche di gestione del personale nelle Camere di commercio e nel comparto autonomie nel complesso, nonché sugli scenari della contrattazione collettiva nazionale ed integrativa.

Complessivamente in tale ambito le attività hanno comportato un impegno di spesa pari a 155.557,00 euro.

5. *SVILUPPO DELL'E-GOVERNMENT*

Il 2004 è stato caratterizzato da importanti innovazioni - nelle norme e nelle tecnologie - e dalla progressiva integrazione fra soggetti istituzionali ed agenzie tecniche (Unioncamere, MAP, CNIPA, MIT.....) sancita da intese e accordi programmatici. Il ruolo del sistema camerale si e' progressivamente stagliato, nel generale panorama , come soggetto 'trainante' in alcune importanti attuazioni (fra tutte, il portale www.impresa.gov.it) e nella breve prospettiva con l'istituzione del Registro Unico degli Adempimenti a cura del MAP che si avvarrà del sistema informativo camerale. Ma anche il tema della Carta Nazionale dei Servizi (con alcuni Enti camerali fra i primi soggetti erogatori) va considerato in questo scenario.

Gli impatti dell'e-government nella PA sono stati caratterizzati da eventi di governo quali l'emanazione del nuovo Codice dell'amministrazione