ATTI PARLAMENTARI

XIV LEGISLATURA

CAMERA DEI DEPUTATI

Doc. **CXX**
n. **1**

RELAZIONE

GENERALE SULLE ATTIVITÀ DELLE CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA E LORO UNIONI REGIONALI

(Anni 1998 e 1999)

(articolo 37, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112)

Presentata dal Ministro delle attività produttive

(MARZANO)

Trasmessa alla Presidenza il 20 marzo 2003

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

INDICE

PARTE GENERALE

Cap. 1) L'evoluzione del sistema delle Camere di commercio ..... *Pag.* 13
1.1 Le camere di commercio: breve cenno sul percorso storico fino alla riforma ..... » 13
1.2 Le innovazioni introdotte dalla riforma ..... » 15
1.3 Lo stato di evoluzione della riforma ..... » 20

Cap. 2) Le strutture, le partecipazioni e le risorse finanziarie delle camere di commercio ..... » 23
2.1 Le risorse camerali in strutture ..... » 23
2.2 Le partecipazioni e le camere di commercio ..... » 27
2.3 Le risorse finanziarie delle camere di commercio ..... » 28

Cap. 3) Le risorse umane nelle camere di commercio ..... » 33
3.1 Il personale, le dotazioni organiche ..... » 33
3.2 L'evoluzione nella organizzazione del lavoro ..... » 36
3.3 La formazione dei dipendenti delle camere di commercio ..... » 36
3.4 Il contratto produttivo di lavoro del personale ..... » 37

Cap. 4) Le Unioni regionali delle camere di commercio ..... » 38
4.1 Le attività ..... » 38
4.2 Le attività di promozione economica ..... » 40
4.3 Le risorse umane delle Unioni regionali ..... » 41
4.4 Le entrate delle Unioni regionali ..... » 41

Cap. 5) L'Unione italiana delle camere di commercio ..... » 41
5.1 Consolidamento e sviluppo della posizione istituzionale ..... » 42
5.2 Definizione e diffusione delle regole del sistema ..... » 43
5.3 Sviluppo delle risorse camerali ..... » 43
5.4 Attività nel campo degli studi e dell'informazione economico - statistico ..... » 44
5.5 Gli altri campi di attività di Unioncamere ..... » 44
5.6 Le attività di pubbliche relazioni ..... » 44
5.7 Politiche di settore, ambiente e infrastrutture ..... » 44
5.8 Attività nel campo della formazione e servizi alle imprese ..... » 45
5.9 Attività dell'INDIS (Istituto nazionale distribuzione e servizi) .. » 45
5.10 Attività della sede di Bruxelles ..... » 45

Cap. 6) Il sistema informativo delle camere di commercio. ..... » 45
6.1 La società consortile di informatica delle camere di commercio . » 46
6.2 Gli archivi ottici ..... » 47

6.3 I collegamenti telematici ..... *Pag.* 47
6.4 Nuovi servizi ..... » 47

Cap. 7) Interventi di regolazione del mercato ..... » 48

Cap. 8) L'internazionalizzazione dell'economia e le camere di commercio . » 49

8.1 Lo sportello unico per l'internazionalizzazione ..... » 49
8.2 Le aziende speciali camerali e l'internazionalizzazione ..... » 49
8.3 La rete degli Euro - Info - Centres ..... » 49
8.4 I Centri estero delle Unioni regionali delle camere di commercio . » 50
8.5 Mondimpresa ..... » 50

Cap. 9) L'offerta di ricerca economica e statistica delle camere di commercio ..... » 51

9.1 Il sistema statistico nazionale ..... » 51
9.2 Il progetto Excelsior ..... » 52
9.3 L'istituto Guglielmo Tagliacarne ..... » 52
9.4 L'analisi delle tendenze dei prezzi ..... » 54
9.5 Osservatorio delle tariffe e dell'inflazione al consumo ..... » 55
9.6 Indice della Borsa verde 55

Cap. 10) Il marketing delle camere di commercio e la comunicazione ... » 55

10.1 Biblioteche e centri di documentazione ..... » 55
10.2 Gli archivi camerali ..... » 56
10.3 Gli archivi storici ..... » 56
10.4 Mediacamere e la comunicazione ..... » 56
10.5 « Per l'Impresa »; « Istituzioni per l'Impresa »; « Euroistituzioni » 57

Cap. 11) Il sistema camerale e la promozione dell'economia ..... » 57

11.1 Il turismo ..... » 58
11.2 Assonautica ..... » 59
11.3 Ulteriori iniziative del Sistema camerale e lo sviluppo delle camere di commercio ..... » 59

Cap. 12) L'azione delle camere di commercio in materia di finanza e di credito ..... » 59

12.1 L'introduzione dell'euro ..... » 60

Cap. 13) L'attività formativa delle camere di commercio in favore delle imprese ..... » 60
13.1 L'attività di Assefor Camere ..... » 61

Cap. 14) I servizi camerali per l'innovazione nelle piccole e medie imprese . » 62

14.1 La società consortile DINTEC ..... » 62

PARTE SPECIALE

Cap. 1) Il contenuto della « Parte speciale » ..... » 63

Cap. 2) Le relazioni regionali ..... » 64

REGIONE PIEMONTE ..... » 64

1) Servizi promozionali ..... » 64

1.1 Internazionalizzazione e promozione estera ..... » 65
1.2 L'Eurosportello di Cuneo ..... » 65

1.3 Euro Info Centre ..... *Pag.* 65
1.4 Informazione, formazione e promozione ..... » 65
1.5 Ufficio organismi internazionali della cciaa di Torino ..... » 66
1.6 Innovazione e certificazione di qualità ..... » 66
1.7 Ufficio Innovation Relay Centre ..... » 66
1.8 Erogazione di contributi alle imprese ..... » 66
1.9 Incentivi per il commercio e per il turismo ..... » 67
1.10 Servizio studi e statistica ..... » 67
1.11 Ufficio statistica ..... » 68
1.12 Regolazione del mercato ..... » 68
1.13 Sale contrattazioni, borse merci. ..... » 68
1.14 Progetti e fondo perequativo ..... » 68
1.15 Gestione finanziaria delle camere di commercio ..... » 69
1.16 Le aziende speciali ..... » 69
1.17 L'unione regionale delle camere di commercio ..... » 71

REGIONE LIGURIA ..... » 75

1) Camera di commercio di Genova ..... » 75
1.1 Le iniziative promozionali ..... » 76

2) Camera di commercio di Savona ..... » 79
2.1 Partecipazioni ..... » 80
2.2 Commercio interno ..... » 80
2.3 Industria ..... » 81
2.4 Artigianato ..... » 81
2.5 Agricoltura ..... » 81
2.6 Credito ..... » 81
2.7 Informazione e consulenza per l'internazionalizzazione delle imprese ..... » 81
2.8 Sportello unico per le attività produttive ..... » 81
2.9 Sportello informativo ad indirizzo tecnologico ..... » 82
2.10 Rete degli sportelli finanziari ..... » 82
2.11 Progetto Olimpo ..... » 83
2.12 Attività delegata dal Ministero dell'industria ..... » 83
2.13 Servizio nuove imprese ..... » 83
2.14 Attività marittimo-portuale e trasporti ..... » 83

3) Camera di commercio di Imperia ..... » 83
3.1 Business-Information Center (BIC) ..... » 84
3.2 Eurosportello ..... » 84
3.3 Azienda speciale Riviera dei Fiori ..... » 84
3.4 Rapporti con il Comune ..... » 84
3.5 Rapporti con il GAL (Gruppo azione locale) ..... » 85
3.6 Rapporti con l'Amministrazione Provinciale ..... » 85
3.7 Servizi di regolazione del mercato ..... » 85
3.8 Partecipazioni ..... » 85

4) Camera di commercio di La Spezia ..... » 85
4.1 Eurosportello ..... » 86
4.2 Azienda speciale "Euroinformazione, Promozione e Sviluppo" ..... » 86
4.3 Azienda speciale "Manifestazioni fieristiche e Formazione" ..... » 86
4.4 Attività promozionale diretta ..... » 86
4.5 Regolazione del mercato ..... » 86
4.6 Partecipazioni camerali ad organismi associativi ..... » 86
4.7 Progetti realizzati con le risorse del fondo perequativo ..... » 86

5) Unioncamere ligure ..... » 87

REGIONE LOMBARDIA ..... *Pag.* 87

1) Le risorse umane ..... » 88
2) La finanza camerale ..... » 88
3) L'unione regionale delle camere di commercio della Lombardia ..... » 89

REGIONE VENETO ..... » 92

1) Camera di commercio di Venezia ..... » 93
1.1 Promozione degli scambi con l'estero ..... » 93
1.2 Supporto all'innovazione ..... » 93
1.3 Promozione di nuove imprese ..... » 94
1.4 Promozione della commercializzazione in Italia ..... » 94
1.5 Finanza e credito ..... » 94
1.6 Turismo ..... » 94
1.7 Studi, ricerche e documentazione ..... » 94
1.8 Finanza camerale ..... » 95
1.9 Le aziende speciali dell'ente camerale veneziano ..... » 95

2) Camera di commercio di Padova ..... » 96
2.1 Promozione degli scambi con l'estero ..... » 96
2.2 Formazione per l'impresa ..... » 96
2.3 Promozione nuove imprese ..... » 97
2.4 Promozione della commercializzazione in Italia ..... » 97
2.5 Ambiente ..... » 97
2.6 Turismo ..... » 97
2.7 Studi, ricerca e documentazione ..... » 97
2.8 Regolazione del mercato ..... » 98
2.9 Il bilancio camerale ..... » 98
2.10 Le aziende speciali dell'ente camerale ..... » 99

3) Camera di commercio di Vicenza ..... » 100
3.1 Servizi promozionali ..... » 100
3.2 Ambiente ..... » 100
3.3 Turismo ..... » 100
3.4 Promozione di leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento alle p.m.i. ..... » 101
3.5 Finanza e credito ..... » 101
3.6 Promozione e gestione delle infrastrutture ..... » 101
3.7 Promozione nuove imprese ..... » 101
3.8 Studio, ricerche e documentazione ..... » 102
3.9 Regolazione del mercato ..... » 102
3.10 Finanza camerale ..... » 102
3.11 Le aziende speciali ..... » 102

4) Camera di commercio di Verona ..... » 103
4.1 Le iniziative promozionali ..... » 103
4.2 Studio, ricerca e documentazione ..... » 105
4.3 Bilancio camerale ..... » 105

5) Camera di commercio di Belluno ..... » 105
5.1 Attività promozionali ..... » 105
5.2 Studio, ricerca e documentazione ..... » 107
5.3 Finanza camerale ..... » 107

6) Camera di commercio di Rovigo ..... » 107
6.1 Promozione degli scambi ..... » 108
6.2 Promozione di leggi nazionali, comunitarie e regionali, per il finanziamento alle p.m.i. ..... » 108

6.3 Finanza e credito ..... *Pag.* 108
6.4 Studio, ricerca e documentazione ..... » 108
6.5 Regolazione del mercato ..... » 108
6.6 Bilancio camerale ..... » 109
6.7 Aziende speciali ..... » 109

7) Camera di commercio di Treviso ..... » 110
7.1 Formazione per l'impresa ..... » 110
7.2 Supporto all'innovazione ..... » 110
7.3 Promozione di nuove imprese ..... » 110
7.4 Promozione degli scambi con l'estero ..... » 111
7.5 Promozione della commercializzazione dei prodotti ..... » 111
7.6 Promozione di leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento delle p.m.i. ..... » 111
7.7 Finanza e credito ..... » 111
7.8 Turismo ..... » 111
7.9 Ambiente ..... » 112
7.10 Studio, ricerca e documentazione ..... » 112
7.11 Regolazione del mercato ..... » 112
7.12 Il bilancio camerale ..... » 112
7.13 L'azienda speciale ..... » 112
7.14 Unione regionale delle camere di commercio del Veneto ..... » 113

REGIONE AUTONOMA TRENTINO ALTO ADIGE ..... » 115

1) Camera di commercio di Trento ..... » 116
2) Camera di commercio di Bolzano ..... » 116
3) Unione regionale delle camere di commercio ..... » 118

REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA ..... » 118

1) Camera di commercio di Trieste ..... » 119
2) Camera di commercio di Udine ..... » 120
3) Camera di commercio di Pordenone ..... » 120
4) Camera di commercio di Gorizia ..... » 121
5) L'unione regionale delle camere di commercio del Friuli Venezia Giulia . » 121

REGIONE EMILIA ROMAGNA ..... » 122

1) L'attività delle camere di commercio ..... » 123
1.1 Formazione d'impresa ..... » 123
1.2 Promozione commerciale dei prodotti ..... » 124
1.3 Internazionalizzazione delle imprese ..... » 124
1.4 Supporto all'innovazione ..... » 124
1.5 Finanza e credito ..... » 124
1.6 Studi, statistiche e informazioni economiche alle imprese ..... » 125
1.7 L'ambiente ..... » 125
1.8 La formazione delle leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento alle piccole e medie imprese ..... » 125
1.9 Turismo ..... » 126
1.10 Regolazione del mercato ..... » 126
1.11 Camere arbitrali e camere di conciliazione ..... » 126
1.12 Gestione finanziaria delle camere di commercio ..... » 126

2) L'unione regionale delle camere di commercio ..... » 127

REGIONE TOSCANA ..... *Pag.* 127

1) L'attività camerale in favore della promozione economica ..... » 129
2) L'unione regionale delle camere di commercio della Toscana ..... » 133

REGIONE MARCHE ..... » 134

1) Camera di commercio di Ancona ..... » 134
1.1 Attività dell'area promozionale ..... » 135
1.2 Eurosportello ..... » 135
1.3 Servizio nuove imprese ..... » 135
2) Camera di commercio di Ascoli Piceno ..... » 136
2.1 I servizi promozionali ..... » 136
3) Camera di commercio di Macerata ..... » 138
4) Camera di commercio di Pesaro e Urbino ..... » 138
4.1 Partecipazione ad organismi associativi ..... » 139
4.2 Il fondo perequativo ..... » 140
4.3 Le iniziative svolte nel 1999 ..... » 140
4.4 Azioni di proiezione dell'immagine del territorio e delle produzioni tipiche ..... » 140
4.5 Azioni di concertazione ..... » 141
4.6 Azioni in materia di turismo ..... » 141
5) Unione regionale delle camere di commercio delle Marche ..... » 142

REGIONE UMBRIA ..... » 142

1) Partecipazione in organismi societari ..... » 143
2) Attività concernente gli scambi con l'estero ..... » 143
3) Attività di promozione turistica ..... » 143
4) Formazione d'impresa ..... » 144
5) Politiche della qualità e tutela dell'ambiente ..... » 144
6) Studi, statistica e documentazione varia ..... » 144
7) Il credito garantito ..... » 144
8) Camera di commercio di Perugia ..... » 144
9) Camera di commercio di Terni ..... » 145
10) Unione regionale delle camere di commercio dell'Umbria ..... » 146

REGIONE LAZIO ..... » 148

1) Camera di commercio di Roma ..... » 149
2) Camera di commercio di Viterbo ..... » 150
3) Camera di commercio di Latina ..... » 151
4) Camera di commercio di Frosinone ..... » 152
5) Camera di commercio di Rieti ..... » 153

REGIONE MOLISE ..... » 154

1) Camera di commercio di Campobasso ..... » 154
1.1 L'azienda speciale FAI ..... » 155
2) Camera di commercio di Isernia ..... » 156
2.1 Servizio studi e statistica ..... » 157
2.2 Servizi di regolazione del mercato ..... » 157
2.3 Fondo di perequazione ..... » 158
2.4 Gestione finanziaria ..... » 158
2.5 Azienda speciale SEI ..... » 158

3) Unione regionale delle camere di commercio del Molise ..... *Pag.* 159
3.1 Sintesi dell'attività svolta da Unioncamere nel biennio 1998-1999 . » 160
3.2 Bilancio consuntivo di competenza 1999 delle camere di commercio ..... » 161

REGIONE CAMPANIA ..... » 161

1) Strutture di regolazione del mercato ..... » 161
1.1 Le camere arbitrali ..... » 162
1.2 Statistica, studi e ricerche ..... » 162
1.3 Le partecipazioni ..... » 162
1.4 L'attività di promozione ..... » 163

2) Unione regionale delle camere di commercio ..... » 166
2.1 Ambiente e controllo della qualità dei prodotti ..... » 166
2.2 Promozione ..... » 166
2.3 Promozione della formazione ..... » 167
2.4 Promozione e assistenza tecnica ..... » 167
2.5 Studi e ricerche ..... » 167
2.6 La finanza dell'Unione delle camere di commercio della Campania . » 167
2.7 Il Centro commercio estero della Campania nel 1999 ..... » 167

REGIONE BASILICATA ..... » 168

1) Sintesi dell'attività delle camere di commercio ..... » 168
2) L'Unione regionale delle camere di commercio della Basilicata ..... » 171

REGIONE CALABRIA ..... » 172

1) Camera di commercio di Catanzaro ..... » 172
2) Camera di commercio di Cosenza ..... » 173
3) Camera di commercio di Crotone ..... » 174
4) Camera di commercio di Reggio Calabria ..... » 175
5) Camera di commercio di Vibo Valentia ..... » 176

REGIONE SARDEGNA ..... » 177

1) Camera di commercio di Cagliari ..... » 178
1.1 Attività promozionali ..... » 178
1.2 Studi, statistiche ed informazione economica delle imprese ..... » 179
1.3 L'ambiente ..... » 180
1.4 La gestione finanziaria delle camere di commercio ..... » 180
1.5 Le aziende speciali ..... » 180

2) Camera di commercio di Sassari ..... » 182
2.1 Le attività promozionali ..... » 182
2.2 Finanza camerale ..... » 185
2.3 Aziende speciali ..... » 185

3) Camera di commercio di Nuoro ..... » 186
3.1 Le attività promozionali ..... » 187
3.2 Studi statistiche e informazione economica alle imprese ..... » 187
3.3 Ambiente ..... » 188
3.4 Promozione delle leggi di incentivazione delle p.m.i. ..... » 188
3.5 Turismo ..... » 188
3.6 Servizi di regolazione del mercato ..... » 188
3.7 La gestione finanziaria della camera di commercio di Nuoro ..... » 188

4) ASPEN – « Azienda Speciale Promozione Economica Nuorese » ..... » 188
4.1 Attività dell'Azienda speciale ..... » 189

5) Camera di commercio di Oristano ..... *Pag.* 189
5.1 Le attività promozionali ..... » 189
6) Unione regionale delle camere di commercio della Sardegna ..... » 192
6.1 Gestione finanziaria dell'Unione ..... » 193

REGIONE ABRUZZO ..... » 193
1) Unione regionale camere di commercio d'Abruzzo ..... » 194
2) CRESA ..... » 194
3) Camera di commercio di Pescara ..... » 194
4) Camera di commercio di Teramo ..... » 197
5) Camera di commercio di Chieti ..... » 198
6) Camera di commercio de L'Aquila ..... » 199

DIREZIONE GENERALE DEL COMMERCIO DELLE ASSICURAZIONI E DEI SERVIZI - Servizio centrale Camere di commercio - Ufficio B-3

RELAZIONE GENERALE SULLE ATTIVITA' DELLE CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, AGRICOLTURA E ARTIGIANATO E LORO UNIONI REGIONALI

PRESENTAZIONE

La relazione che si ha il pregio di trasmettere al Parlamento è prevista dall'art. 37, comma 2 del decreto legislativo 31.3.1998, n. 112. Nel predetto articolo sono prescritte le modalità di realizzazione del documento che viene redatto sulla base delle relazioni trasmesse dalle Regioni, sentite le Unioni regionali delle camere di commercio. Ancora, è previsto che la relazione riguardi l'attività delle camere di commercio e delle loro Unioni con particolare riguardo ai programmi attuati e gli interventi realizzati.

Nella relazione predisposta dallo scrivente Ministero si è, quindi, tenuto in evidenza, pressoché integralmente, la parte dell'attività camerale che riguarda l'attuazione di programmi e la realizzazione di interventi.

E' necessario osservare, preliminarmente, che il sistema camerale, in Italia, si presenta con marcate caratteristiche di difformità dovute alle differenze socio economiche dei territori di competenza. Le differenze appaiono particolarmente marcate nel settore delle attività promozionali. Queste attività vengono svolte con le disponibilità finanziarie che residuano nei bilanci, dopo che sono state impegnate le somme necessarie per le spese obbligatorie (spese per il personale, per funzionamento uffici, ecc.). E' così possibile notare che per le attività promozionali vengono impegnate somme che variano da zero fino al 40% delle disponibilità totali del bilancio.

Appare superfluo illustrare le ragioni per cui le quote riservate alle attività promozionali sono più consistenti nelle camere di commercio delle zone economicamente più evolute. A parziale correzione di questo fenomeno l'art. 18, comma 5, della legge 29.12.1993, n. 580 (di riforma delle camere di commercio) ha previsto l'istituzione di un fondo di perequazione gestito presso l'Unione italiana delle camere di commercio. Il fondo è in funzione ormai da molti anni ma, ad opinione dell'ufficio scrivente, riesce a trasferire in favore delle camere di commercio che presentano minori risorse, una quantità limitata di finanziamenti. Con la pesante presenza di camere di commercio che manifestano rigidità di bilancio e che svolgono una pressoché nulla o, comunque, limitata attività promozionale, si viene a porre in difficoltà di funzionamento l'intero sistema camerale.

Per quanto riguarda, invece, l'attività amministrativa, la gestione degli albi, registri, ecc., l'espletamento di funzioni di arbitrato, di regolazione del mercato, ecc, le camere di commercio appaiono inserite in un sistema sufficientemente omogeneo. Non v'è dubbio che hanno concorso a conferire al sistema queste caratteristiche, l'attività di vigilanza del ministero e l'assistenza dell'Unione italiana delle camere di commercio.

Premesso tutto ciò, è opportuno spendere alcune parole sul significato della presente relazione, con la quale il Parlamento intende esercitare un controllo sull'applicazione, innanzitutto, della legge di riforma delle camere di commercio.

Gli scopi della relazione sono sicuramente pregevoli. Il risultato, però, non si può definire soddisfacente, poiché il meccanismo di predisposizione della stessa appare macchinoso.

Si osserva che la presente relazione si riferisce agli anni 1998 e 1999 e si è arrivati alla sua stesura, neppure completa, perché mancano le relazioni delle regioni Sicilia, Puglia e Valle d'Aosta.

Le relazioni rese disponibili dalle regioni sono pervenute con sensibile ritardo. L'ultima è pervenuta in data 10 luglio 2002 e ha causato il ritardo della chiusura della relazione stessa.

Gli anni 2000 e 2001, per i quali, ovviamente, non si considerano gli avvenimenti, sono stati ricchi di innovazioni introdotte nel sistema camerale.

Di queste innovazioni se ne darà ragione nella prossima relazione.

PARTE GENERALE

Capitolo 1 - L'evoluzione del sistema delle camere di commercio.

1.1 - Le Camere di commercio: breve cenno sul percorso storico fino alla riforma.

Si ritiene, in generale, che le originarie forme di aggregazione delle attività economiche siano nate nel periodo storico dei Comuni con le organizzazioni ben note sotto il nome di corporazioni. In origine queste nacquero dalla comunanza di interessi fra operatori economici che esercitavano la stessa attività artigianale o trattavano, sul piano mercantile, articoli simili.

Le corporazioni vennero ad assumere importanti funzioni politiche, amministrative e giudiziarie. Detti organismi assunsero, nel contesto della vita comunale, un notevole peso, non solo per la difesa degli associati, ma anche per l'amministrazione del patrimonio, la vigilanza sui prezzi, la definizione delle misure e dei marchi e l'osservanza degli usi mercantili. Sul piano giurisdizionale le corporazioni esaminavano le controversie fra mercanti, formulavano le sentenze e si preoccupavano della loro esecuzione. In ogni Comune, le corporazioni si confederavano in università, le quali ultime vennero ad assumere funzioni di pubblico interesse ancora più importanti di quelle delle corporazioni.

Sul piano politico le corporazioni esercitavano un peso determinante sulle decisioni relative all'attività del Comune, del quale costituivano la fonte di finanziamento più importante.

Con la fine del medioevo anche le corporazioni iniziarono a perdere d'importanza per una serie di ragioni, fra le quali lo spostamento del baricentro commerciale dell'Europa dall'oriente verso occidente e l'azione delle Signorie rinascimentali, le quali aggregando, per conquiste successive, i liberi Comuni, determinarono la soppressione delle loro istituzioni più importanti che fra l'altro rappresentavano punti di potere e di decisioni autonomi.

La soppressione delle corporazioni coincise con la costituzione delle moderne camere di commercio, poiché, evidentemente, si era verificata la necessità di organismi che comunque dovevano interessarsi della autoregolamentazione delle attività economiche.

La prima camera di commercio, intesa in senso moderno, nacque in Francia, a Marsiglia, nel 1599. Successivamente, sempre in quel Paese, furono fondate altre camere di commercio. Tutte queste istituzioni vennero momentaneamente soppresse durante la rivoluzione francese, ma ricostituite nel 1803 con una uniforme diffusione su tutto lo stato.

In Italia la prima Camera di commercio nacque a Firenze, il 1.2.1770, per motu-proprio dell'illuminato granduca Pietro Leopoldo.

Come conseguenza dell'invasione italiana da parte di Napoleone I, vennero istituite le camere di commercio preposte, soprattutto, allo svolgimento di funzioni giurisdizionali in materie economiche e commerciali.

Trascurando le vicissitudini legate alla restaurazione post-napoleonica e restringendo l'interesse al territorio nazionale, solo con il raggiungimento dell'unità nazionale vennero riordinate le camere di commercio già esistenti e istituite delle nuove, in tutti i capoluoghi di provincia, e tutto ciò con legge 6 luglio 1862, n. 680.

Detti enti presero il nome di camere di commercio e arti e, tra le proprie attribuzioni, le più importanti erano le seguenti:

- redigere relazioni statistico economiche annuali;
- proporre azioni per lo sviluppo del commercio, dell'artigianato e dell'industria;
- compilare, su richiesta del tribunale, i ruoli dei periti;
- amministrare le borse di commercio;
- approntare gli elenchi dei potenziali giudici del tribunale di commercio;
- amministrare depositi di merci nei magazzini generali e nei porti franchi;
- istituire e gestire scuole per l'insegnamento di discipline commerciali.

Importanti furono le innovazioni introdotte dalla legge n. 680/1862 in materia di finanziamento delle camere di commercio con l'istituzione dei diritti di segreteria sui certificati e l'imposizione di un'addizionale sulle imposte relative al commercio e all'industria. Il controllo veniva esercitato da parte del Ministro dell'agricoltura, dell'industria e del commercio che provvedeva all'approvazione del bilancio preventivo, del conto consuntivo e promuoveva l'imposizione di tributi tramite decreto reale. Nel 1911, con regio decreto n. 245, alle Camere di commercio venne attribuita la rappresentanza presso il governo degli interessi commerciali e industriali della provincia di competenza e il compito di promuovere lo sviluppo in armonia con quelli generali della nazione.

Con questo provvedimento si stabilì anche l'istituzione del registro delle ditte con l'obbligo per chiunque si accingeva ad esercitare nel campo economico, di denunciare la propria attività.

Venne inoltre introdotta la competenza camerale, sotto il coordinamento del Ministero dell'industria, alla individuazione e alla raccolta periodica degli usi e delle consuetudini.

Le disposizioni del regio decreto 4.1.1925, n. 29, tuttora vigenti, accentuarono il carattere pubblico dei predetti enti. Le camere di commercio venivano definite "enti pubblici" e, sempre per effetto del richiamato regio decreto, questi enti dovevano provvedere all'espletamento delle indagini statistiche, al ricevimento dei brevetti, dei marchi e dei modelli, alla costituzione dei collegi arbitrali.

Fu provveduto a regolamentare il registro delle ditte e il servizio contabile. Il controllo dello Stato si fece ancora più penetrante estendendosi alla redazione di regolamenti, alla stipulazione di mutui, ai prelevamenti dal fondo di riserva, ecc.

Con legge 18.4.1926, n. 731, vennero costituiti i Consigli provinciali dell'economia con la fusione delle camere di commercio, dei comitati forestali, dei consigli agrari provinciali, dei comizi agrari e delle commissioni provinciali dell'agricoltura. I nuovi organismi erano presieduti dai prefetti e risultavano rappresentativi delle organizzazioni imprenditoriali e dei lavoratori.

Nel 1927 con regio decreto legge vennero istituiti gli uffici provinciali dell'economia, quali uffici periferici del neo costituito Ministero dell'economia nazionale. Attraverso varie vicissitudini vissute dai consigli provinciali dell'economia e dagli uffici provinciali dell'economia, si giunse all'approvazione del testo unico riguardante ambedue gli organismi suddetti con regio decreto 20.9.1934, n. 2011. Ancora oggi molte delle norme contenute in questo testo risultano vigenti.

Verso la fine del periodo bellico si presentò la necessità di adeguare i consigli provinciali dell'economia e gli stessi uffici provinciali dell'economia, alle mutate condizioni politiche.

Il decreto legislativo luogotenenziale 21.9.1944 n. 315 mutò il nome agli uffici e ai consigli, che divennero, rispettivamente, uffici provinciali dell'industria e del commercio e camere di commercio, industria e agricoltura, e istituì un regime transitorio in attesa di una nuova legge.

L'amministrazione dell'ente camerale sarebbe stata attribuita ad un consiglio elettivo ma, provvisoriamente, essa venne affidata ad una giunta, il cui presidente veniva nominato dal Ministro dell'industria, di concerto con il Ministero dell'agricoltura, mentre gli altri membri venivano nominati dal prefetto, con l'approvazione ministeriale. La giunta si componeva, al momento della emanazione del d. lgs. lgt. n. 315, di un membro scelto fra i commercianti, uno fra gli agricoltori, uno fra gli industriali ed uno fra i lavoratori. Detta composizione venne integrata da un rappresentante dei coltivatori diretti e da un rappresentante degli artigiani (legge 12.7.1951, n. 560). Nel 1956 la composizione della giunta si accrebbe, nei capoluoghi di provincia con competenze marittime, di un componente rappresentante della categoria degli operatori del mare.

Con la costituzione delle Regioni a statuto speciale, la vigilanza e la tutela sulle rispettive camere di commercio divennero di competenza delle amministrazioni regionali. La Camera di commercio di Aosta fu soppressa e le funzioni furono assunte dall'Assessorato regionale dell'industria e del commercio della Regione autonoma della Val d'Aosta.

Con legge 26.9.1977, n. 792, le camere di commercio assunsero la denominazione definitiva di: "camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura", mentre gli uffici provinciali dell'industria e del commercio divennero definitivamente gli "uffici provinciali dell'industria, del commercio e dell'artigianato".

Il decreto del Presidente della Repubblica 24.7.1977, n. 616, in attuazione della delega della legge 22.7.1975, n. 282, ha sottratto alle camere di commercio, affidandole alle Regioni, le funzioni amministrative in materia di agricoltura, artigianato, istruzione professionale, ecc.

Le camere di commercio sono arrivate agli anni '90 ispirando la propria attività a norme concepite negli anni '30, in un periodo in cui l'economia e le istituzioni risultavano ben lontane dalla situazione attuale.

Le predette norme sono state tuttavia adattate attraverso direttive applicative diramate dal Ministero vigilante.

Tali direttive contribuirono, comunque, ad assicurare alle camere di commercio un buon livello di funzionamento ed una continua adattabilità alle condizioni di sviluppo dell'economia nazionale.

Durante il lungo periodo di tempo sopra indicato ma, soprattutto, a partire dagli '70, aveva cominciato a svolgersi un ampio dibattito in merito alle linee portanti di una necessaria riforma. Il lungo dibattito, arricchitosi di considerazioni sulla ormai evoluta economia nazionale e di apporti dottrinali di grande pregio, ha portato all'emanazione della legge 29.12.1993, n. 580 e ai suoi regolamenti di attuazione.

1.2 - Le innovazioni introdotte dalla riforma.

Innanzitutto la legge 29.12.1993, n. 580 conferma alle camere di commercio la personalità giuridica pubblica, definendoli enti di diritto pubblico preposti allo svolgimento di funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, delle quali curano lo sviluppo nell'ambito delle economie locali.

Le camere di commercio svolgono quindi funzione di supporto e di promozione in favore delle imprese nelle materie amministrative ed economiche relative ai sistemi della imprenditorialità locale.

Le camere di commercio, inoltre, svolgono le funzioni che possono venire loro delegate dallo Stato e dalle Regioni, nonché quelle derivanti da convenzioni internazionali. Quest'ultimo aspetto dell'attività camerale, cioè le possibili funzioni delegate, ha visto una forte accelerazione, soprattutto negli esercizi che vengono presi in considerazione nel presente rapporto.

Un altro aspetto di notevole interesse, innovativo del sistema camerale, è il conferimento dell'autonomia statutaria, che si aggiunge al potere di autonomia regolamentare, già riconosciuta alle camere di commercio dal regio decreto n. 2011/1934.

Le camere di commercio sono anche enti autarchici e, come tali, titolari di potere come le certificazioni, il rilascio di autorizzazioni , la comminazione di sanzioni, ecc.

Le camere di commercio si possono ritenere enti locali non territoriali, nel senso che il territorio non rappresenta il loro elemento costitutivo, ma il limite allo svolgimento della attività circoscrizionale.

Si deve tuttavia riflettere sul fatto che, seppure l'azione delle camere di commercio giova agli interessi particolari delle categorie economiche, tale azione in definitiva, tende allo sviluppo dell'economia locale, con generali benefici per la collettività. Ancora dalla riforma, che sotto questo aspetto mantiene la preesistente condizione giuridica, le camere di commercio sono enti pubblici non economici in quanto non svolgono, se non in modo limitato e comunque non prevalente, attività di produzione di beni e servizi.

Merita un cenno la natura del controllo sulle camere di commercio. La relativa disciplina, già contenuta nella legge n. 580/1993, è stata successivamente modificata.

La legge n. 580/1993, nell'attribuire al Ministro dell'industria la vigilanza sugli enti camerali, per quanto riguarda il controllo sugli atti, stabiliva che fossero sottoposte a controllo le deliberazioni riguardanti lo statuto, il bilancio preventivo, le sue variazioni e il conto consuntivo, le piante organiche, la costituzione di aziende speciali.

Gli articoli 37 e 38 del d. leg.vo n. 112/1998 hanno disposto la soppressione degli atti di controllo sulle deliberazioni sopra richiamate nonché quelli sulle unioni regionali, sui centri estero e sulle unioni interregionali delle camere di commercio ed hanno disciplinato la ripartizione delle funzioni in tema di ordinamento delle camere di commercio tra le Regioni e lo Stato.

Rimane ferma in capo al Ministro dell'industria la vigilanza sulle camere di commercio, che trova la sua espressione conclusiva nella relazione che il Ministro stesso, sentita la conferenza Stato – regioni, deve presentare annualmente al Parlamento.

Peraltro, nell'ambito di dette funzioni di vigilanza, spettano al Ministero dell'industria numerose e complesse incombenze, tra le quali si segnalano, in particolare, quelle riguardanti le seguenti materie:

- l'attività istruttoria per la nomina dei consigli camerali e la gestione del relativo contenzioso;
- la raccolta degli usi;
- l'emanazione della normativa regolamentare in materia di registro delle imprese;
- la tenuta dell'elenco dei segretari generali e la nomina degli stessi;
- l'emanazione della normativa regolamentare sulla disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle camere di commercio;
- la determinazione della misura del diritto annuale a carico delle imprese e a favore delle camere di commercio;
- la determinazione, mediante apposita normativa regolamentare, delle modalità di liquidazione, accertamento e riscossione del diritto annuale;
- la determinazione e regolamentazione del fondo perequativo intercamerale;
- la determinazione dei diritti di segreteria;

- la partecipazione alla attività istruttoria, sulla base della recente normativa di delegificazione, di cui alla legge 24.11.2000, n. 340, all. A, n. 61, relativa al decreto concernente la determinazione degli emolumenti a favore dei presidenti delle camere di commercio e dei componenti degli organi camerali;
- la vigilanza sull'Unione Italiana delle camere di commercio;
- la verifica della legittimità dell'operato delle singole camere di commercio, delle relative aziende speciali, nonché delle unioni regionali delle camere di commercio e dei centri regionali del commercio con l'estero attraverso i propri rappresentanti nei collegi dei revisori.

A conclusione di questo paragrafo è necessario riassumere brevemente il contenuto dei rapporti degli enti camerali con le Regioni a statuto ordinario e con quelle a statuto speciale.

1.2.1. - Le Camere di commercio e le Regioni a statuto ordinario

Le camere di commercio avrebbero potuto rappresentare, di fronte alle Regioni e di fronte allo Stato, gli interessi economici delle rispettive province grazie ad una legge di riforma con la quale, in virtù della formazione democratica dei propri organi, si potessero qualificare come interlocutori delle province e delle regioni.

Soprattutto a livello provinciale, gli enti camerali sono chiamati spesso a contribuire economicamente in favore di iniziative di vario genere. Anche sul piano politico, programmatico e di studio, gli enti camerali appaiono presenti e attivi.

Sia la legge di riforma degli enti camerali n. 580/1993, sia il successivo d. lgs. n. 112/1998 hanno incrementato il peso, soprattutto sul piano qualitativo, delle regioni a statuto ordinario sugli enti camerali. Le possibili azioni riguardano la collaborazione regionale nei confronti del Ministero dell'industria nella predisposizione del rapporto sugli enti camerali al Parlamento e l'attività di nomina e scioglimento del consiglio camerale, organo dal quale dipende la formazione degli altri organi. Un notevole passo avanti nella definizione della figura delle camere di commercio viene dalla sentenza n. 477 del 25.10.2000 della Corte Costituzionale, la quale è stata chiamata in causa da un ricorso presentato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri avverso alcuni articoli della legge 9.8.1982, n. 7 della Regione Trentino Alto - Adige, concernente appunto l'ordinamento delle camere di commercio di Trento e di Bolzano.

Per inciso, la norma regionale, ben antecedente la legge di riforma degli enti camerali, avrebbe dovuto essere adeguata a quest'ultima. Poiché la legge n. 580 assume la portata di una riforma economico - sociale che può godere della protezione costituzionale, la Regione Trentino Alto Adige dovrà adeguare alcuni articoli della sopra richiamata legge n. 7/1982.

Al di là della vicenda di portata locale come sopra precisato, la sentenza della Corte costituzionale stabilisce inequivocabilmente l'autonomia delle camere di commercio come presupposto per lo svolgimento di funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese.

Le camere di commercio svolgono le loro funzioni in un regime qualificato dall'ampiezza e dalla discrezionalità delle scelte consentite, dalla limitazione dei controlli sugli atti e sugli organi, dalla esclusione di potere di ingerenza sul merito delle scelte, nonché dal riconoscimento alle camere della potestà statutaria.

La sentenza della Corte Costituzionale chiarisce più esattamente la portata della definizione delle camere di commercio quali enti autonomi, principio informatore della riforma, che costituisce, per così dire, il riflesso nel loro regime giuridico, dell'autonomia dei privati operanti nel sistema delle attività economiche ad essi facenti capo.

In altre parole, la legge di riforma degli enti camerali si impone come limite positivo alla legge regionale esclusiva.

1.2.2. - Le Camere di commercio e le Regioni a statuto speciale

Nelle regioni a statuto speciale la supremazia sulle camere di commercio è pressoché completa. Sulla base dell'indirizzo politico che informa le varie leggi costituzionali istitutive delle regioni predette, le camere di commercio ricadono nella pressoché totale competenza regionale in quanto operanti nelle materie loro attribuite. In altre parole le norme di attuazione degli statuti hanno attribuito alle regioni anche le funzioni in materia di enti camerali in precedenza esercitate dallo Stato.

E', però, necessario soffermare l'attenzione sulla notevole differenza delle competenze sulle camere di commercio, attribuite alle varie Regioni a statuto speciale, per evidenziare un ulteriore aspetto problematico della gestione degli enti camerali a livello nazionale, quali componenti di un sistema a rete. La regione Valle d'Aosta, la cui costituzione risale al decreto legislativo luogotenenziale 7.9.1945, n. 545 ha preferito, attraverso l'art. 11 del decreto legislativo c.p.s. 23.12.1946, n. 532, sopprimere la camera di commercio e trasferire i relativi compiti all'assessorato dell'industria, dell'artigianato e dell'energia. Anche l'ufficio provinciale dell'industria del commercio è stato soppresso.

Presso il suddetto assessorato opera un comitato composto di rappresentanti del mondo economico, designati dalle organizzazioni di categoria.

Nella Regione a statuto speciale della Sicilia le camere di commercio non sono state soppresse, ma la vigilanza sulle stesse è attribuita all'assessore per l'industria e il commercio. Fra gli interventi della Regione sulle camere di commercio, si deve ricordare la nomina dei presidenti con decreto del predetto assessore, mentre le giunte sono nominate dai prefetti con l'approvazione dell'assessore per l'industria. Le giunte camerali sono state integrate con due rappresentanti delle province corrispondenti. La Regione Sicilia, tuttavia, ha adeguato il proprio ordinamento giuridico ai principi riformatori introdotti dalla legge n. 580, salvaguardando una certa individualità della Regione stessa, ma su aspetti non rilevanti.

La stessa Regione ha provveduto al trasferimento nel proprio ordinamento dei principi delle prescrizioni tecniche introdotti dalla legge n. 580, come, ad esempio, i regolamenti necessari per la costituzione e l'amministrazione delle competenze in materia di consigli camerali.

La Regione Sardegna non ha provveduto a trasferire nel proprio ambito indirizzi di carattere generale riguardanti le camere di commercio.

Tutto ciò ha portato, talvolta, ad incertezze procedurali in riferimento, soprattutto, e questa è la materia più recente, in fatto di costituzione dei consigli camerali, ricorsi gerarchici e commissariamento di camere di commercio, nella quali non si era riuscito ad eleggere gli organi camerali.

Nella Regione Trentino Alto Adige si registra di nuovo una capillare presenza dell'amministrazione regionale sull'attività delle camere di commercio. Lo spossessamento dello Stato di competenze circa la vigilanza sulle camere di commercio è stato completo. Perfino le risorse finanziarie sono state considerate di competenza della regione e pertanto le camere di commercio di Trento e di Bolzano beneficiano di un trasferimento fissato dalla giunta regionale, ogni anno in sede di approvazione del bilancio di previsione.

La stessa regione ha provveduto a sopprimere gli uffici provinciali dell'industria, del commercio e dell'artigianato e a trasferirne le funzioni e le competenze alle camere di commercio. Analogo trattamento è stato riservato all'ufficio provinciale di statistica, le cui competenze sono state delegate alle province autonome di Trento e di Bolzano.

Detto trasferimento è contemperato con la disposizione secondo cui l'Istituto centrale di statistica impartisce direttive che assicurano conformità alle indicazioni del Governo.

Nella Regione a statuto speciale Friuli Venezia Giulia, si riconosceva la competenza del Ministero dell'industria, a fare svolgere alle camere di commercio, compiti loro demandati dal Ministero stesso, al quale, inoltre, competeva la funzione della vigilanza. Con legge regionale 11.11.1975, n. 68, la regione si è sostituita allo Stato in materia di vigilanza sulle camere di commercio. Anche in questa Regione, si pone oggi il problema dell'adeguamento ai principi introdotti dalla legge n. 580, la quale, in definitiva, dichiarando gli enti camerali enti autonomi dotati di potestà statutaria, ha affievolito su di loro la vigilanza del Ministero come quella delle regioni.

1.2.3. - Le Camere di commercio di fronte alle innovazioni della riforma.

Si è avuto occasione nelle righe precedenti, di riferire circa la posizione che nelle diverse regioni a statuto speciale vengono a collocarsi gli enti camerali.

La legge n. 580/1993 ha il pregio di costituire un punto di riferimento circa il ruolo, e la sua salvaguardia, che le camere di commercio vengono a ricoprire nel sistema economico locale. Con la completa applicazione dei principi contenuti nella legge n. 580, si perverrà, in riferimento alle camere di commercio, ad un sistema di istituzioni diffuse in modo consono all'esigenza dell'economia. Tale nuovo modo di configurazione degli enti camerali porterà ad un più uniforme comportamento delle regioni, sia a statuto ordinario che a statuto speciale.

Val la pena ricordare che la legge n. 580 definisce le camere di commercio istituzioni autonome legittimate all'assunzione di propri indirizzi di programma e, soprattutto, istituti autonomi dotati di potestà statutaria. Inoltre, la legge conferisce alle camere di commercio funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese.

In analogia con le modalità di svolgimento dell'attività economica, non circoscritta ad ambiti definiti, anche le camere di commercio, soprattutto come sistema, svolgono la loro azione nel raggio della provincia e via crescendo negli ambiti territoriali sempre più vasti, sino a quelli transnazionali.

Sempre citando la legge n. 580 si possono circoscrivere in sei articolati le funzioni di carattere generale che le camere di commercio sono chiamate ad amministrare:

- funzioni di supporto e promozione degli interessi generali delle imprese;
- funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese;
- funzioni di regolazione del mercato (promozione di arbitrati e conciliazioni tra imprese e tra imprese e consumatori, promozione di contratti tipo e controllo della presenza di clausole inique nei contratti);
- funzioni delegate dallo Stato e dalle Regioni;
- funzioni derivanti da convenzioni internazionali;
- funzioni consultive, in particolare nella formulazione di pareri e proposte alle Amministrazioni dello Stato, alle Regioni ed agli enti locali su problematiche che interessano le imprese.

Le sei macroaree ruotano intorno all'istituto del registro imprese, istituto che, oltre ad assolvere al disposto del codice civile, rappresenta il sistema anagrafico dei soggetti economici, al quale si possono collegare obiettivi fondamentali per le camere di commercio, quali la conoscenza dell'economia e la trasparenza del mercato.

Alcuni vedono nel sistema a rete delle camere di commercio un'autorità del mercato articolata sul territorio. In questo senso, molto opportunamente, nei consigli camerali di nuova istituzione è prevista la presenza di rappresentanti dei settori economici, dei lavoratori e dei consumatori: in pratica i protagonisti del mercato.

I consigli camerali sono stati insediati prevalentemente nel triennio 1997 - 1999.

E' una previsione scontata che, con il passare del tempo, il sistema camerale prenderà coscienza della portata del dettato della norma che li riconfigura come enti pubblici locali dotati di autonomia funzionale. Quando questa sopravvenuta qualifica sarà portata alla piena attuazione, gli enti camerali completeranno il quadro dello sviluppo istituendo un regime caratterizzato dall'ampia discrezionalità delle scelte consentite dalla esclusione di poteri di ingerenza, dalla limitazione del controllo sugli atti e dal riconoscimento della potestà statutaria.

Le camere di commercio non sono solo enti rappresentanti degli interessi economici locali ma sono anche organismi rappresentativi della rete dei soggetti che costituiscono la struttura dell'economia locale.

1.3 - Lo stato di evoluzione della riforma.

Le innovazioni introdotte dalla legge n. 580 si realizzano attraverso un logico percorso che inizia con la istituzione del consiglio, la formazione degli organi camerali e quindi con l'adozione dello statuto, dei connessi regolamenti e, procedendo ancora, con l'attuazione degli istituti nelle materie amministrative, nella regolazione del mercato, nello svolgimento di funzioni delegate dallo Stato, dalle regioni e così via.

Gli anni 1998 e 1999, ai quali si riferisce la presente relazione, sono quelli che hanno visto dilatarsi il fenomeno dell'adeguamento degli istituti camerali alla legge di riforma. Poiché la stessa prevede la composizione dei consigli camerali proporzionata alla importanza socio - economica di ogni settore, sulla base di un conteggio aritmetico relativo al numero delle imprese, ricadenti in ogni settore, al numero degli occupati in dette imprese e, infine, al valore aggiunto del settore, si è in grado alla fine del 1999 di costruire un quadro generale riassuntivo della rappresentanza nei consigli camerali.

I dati si riferiscono a 99 camere di commercio.

E' opportuno richiamare l'attenzione che nei consigli camerali, accanto ai rappresentanti delle attività economiche, siedono anche due rappresentanti rispettivamente dei lavoratori e dei consumatori designati dalle rispettive organizzazioni maggiormente rappresentative.

TAV. 1 - Situazione riassuntiva della formazione dei consigli camerali al 31.12.1999.

Settori	N. complessivo consiglieri	% sul totale
Agricoltura	306	13,2
Industria	485	20,9
Artigianato	434	18,7
Commercio	454	19,5
Cooperazione	102	4,4
Turismo	112	4,8

Trasporti e Spedizioni	138	5,9
Credito e Assicurazioni	84	3,6
Credito	9	0,4
Assicurazioni	5	0,2
Servizi imprese	142	6,1
Altri settori	54	2,3
TOTALE SETTORI	2353	100,0
Organizzazioni sindacali	99	-
Consumatori	99	
TOTALE GENERALE	2523	-

Il dettaglio dei dati nella Tav. 1 è riportato, con indicazione della situazione per ogni camera di commercio, nell'allegato alla presente relazione (allegato n. 1).

Sempre in riferimento ai dati della Tav. 1 è opportuno porre l'attenzione sulla individuazione operata dalla giunta di settori di particolare importanza, definita dall'art. 2 del d.p.r. 21.9.1995, n. 472. Sempre alla data di riferimento sopra indicata sono stati individuati ben 54 rappresentanti di altri settori di particolare interesse per l'economia locale. Il fenomeno attesta uno sforzo di adeguamento dei consigli alle reali condizioni dell'attività economica locale.

Alcune camere di commercio hanno previsto 3 seggi da riservare a detti settori ma la gran parte degli enti camerali ha previsto un solo settore.

Frequentemente i settori più diffusi riguardano le attività economiche che si svolgono sul mare, fra le quali la pesca, le attività marittime in genere, la nautica da diporto, quindi, servizi specializzati, anche sociali e personali.

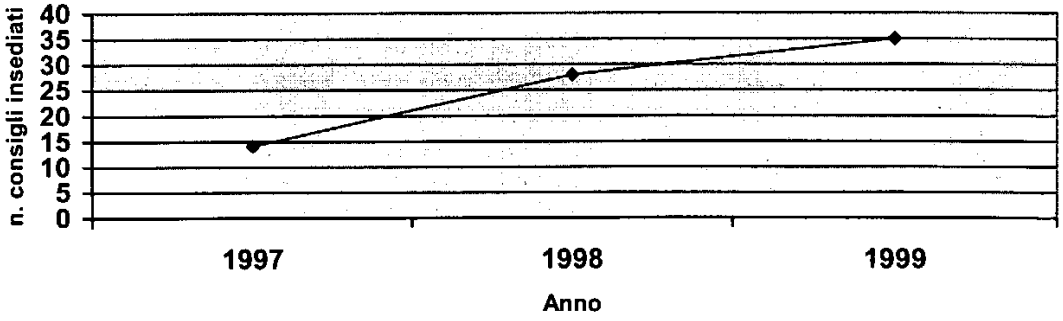
Ricorre frequentemente anche l'individuazione del termalismo, della floricoltura, del vivaismo, ecc. La composizione dei consigli determinata dalla legge n. 580/1993, ha interessato tutto il territorio nazionale, comprese le regioni a statuto speciale, ad eccezione delle province di Trento e Bolzano, ove la composizione dei consigli delle rispettive camere di commercio è prevista da una specifica legge regionale, la n. 7 del 9.8.1982. Tale legge prevede la presenza di rappresentanti dei settori economici, con accanto una nutrita presenza di rappresentanti delle libere professioni. La predetta legge regionale, come si è detto in precedenza, è oggetto di un ricorso di fronte alla Corte Costituzionale prodotto dalla Presidenza del Consiglio dei ministri. Il ricorso tende ad un adeguamento della legge regionale n. 7 ai principi introdotti dalla legge n. 580/1993.

Il processo di insediamento dei consigli costituiti secondo la legge di riforma ebbe inizio il 30.4.1997 (camera di commercio di Biella), e termina, solo a causa del periodo preso in considerazione con la presente relazione, il 27.12.1999 con la camera di commercio di Avellino. Nei tre anni di riferimento si sono registrati gli insediamenti nei consigli camerali nel numero sotto indicato:

Anno 1997 n. 14
Anno 1998 n. 28
Anno 1999 n. 35
(vedere grafico n. 1)

Grafico n. 1

Andamento degli insediamenti dei consigli camerali
periodo 1997 - 1999



In corrispondenza della data di insediamento del consiglio, si è avuta anche la relativa elezione del presidente.

Nel periodo considerato non si sono insediati i consigli delle camere di commercio delle due isole Sicilia e Sardegna, aree caratterizzate da un rilevante fenomeno di ricorsi giurisdizionali al TAR, in Sardegna e di ricorsi in opposizione, in Sicilia.

Sull'argomento si ritornerà, comunque, in sede di elaborazione della analoga relazione riferita all'anno 2000.

Per concludere questo paragrafo si ritiene opportuno riferire alcune notizie sul fenomeno dei ricorsi avverso i decreti dei presidenti delle giunte regionali e prodotti al Ministero dell'industria, ai sensi dell'art. 6 del decreto ministeriale 24.7.1996, n. 501.

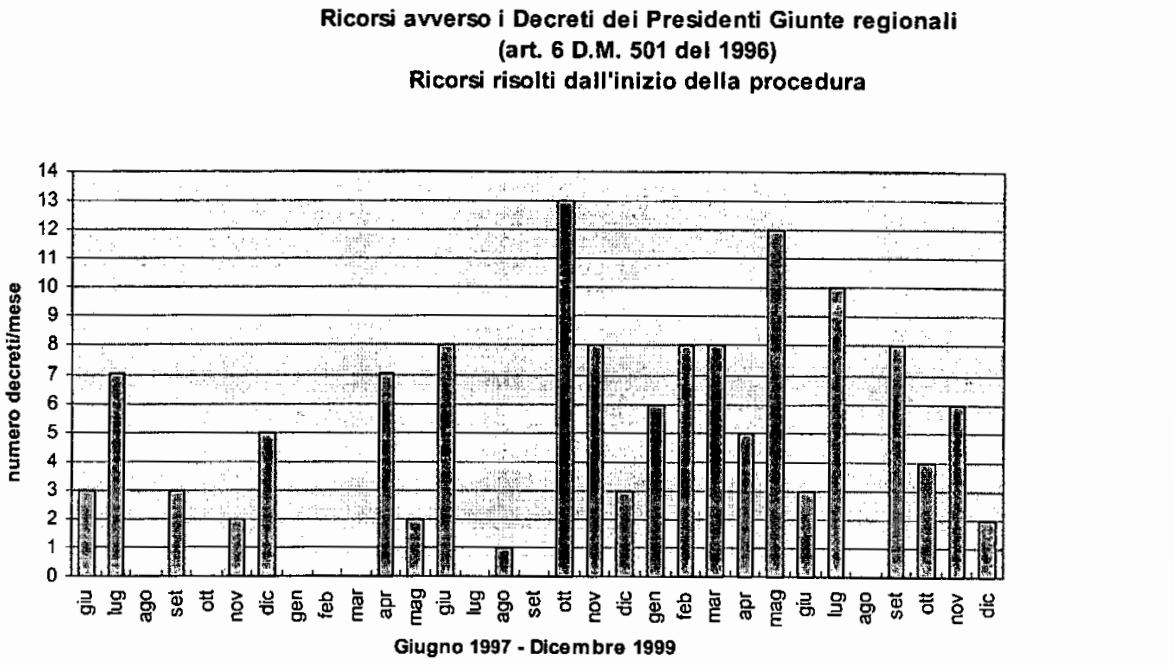
Il fenomeno dei ricorsi è indicativo della predisposizione alla litigiosità fra categorie economiche nell'ambito della gestione delle camere di commercio. Si può ritenere che il fenomeno si sia dimostrato particolarmente virulento in prima applicazione della legge n. 580 e che, quindi, con il tempo, le manifestazioni di attrito possono attenuarsi.

Nel periodo giugno 1997 - dicembre 1999, coincidente con quello sopra considerato per l'insediamento dei consigli, sono stati istruiti ed è stata espressa la decisione sui seguenti numeri di ricorsi:

Anno 1997	n. 17
Anno 1998	n. 42
Anno 1999	n. 72

Il fenomeno, come si vedrà nella relazione relativa all'esercizio prossimo, si verrà ad esaurire nel 2000 (vedere grafico n. 2).

Grafico n. 2



Capitolo 2 - La struttura, le partecipazioni e le risorse finanziarie delle camere di commercio.

2.1 - Le risorse camerali in strutture.

Alla fine dell'anno 1998 le camere di commercio in Italia ammontavano a n. 102. Dato che un consistente numero di camere di commercio dispone anche di sedi distaccate (n. 144), i punti di accesso fisico al sistema diventano complessivamente 246. Alla fine del 1999 i dati sopra esposti avevano subito un incremento giungendo a 159 sedi distaccate, con 258 punti di accesso.

Come dato medio nel 1999 ogni punto di accesso del sistema camerale era posto potenzialmente al servizio di circa 17.000 imprese. Tuttavia, il fenomeno della presenza di sportelli sul territorio presenta aspetti di non facile comprensione, poiché si oscilla da un rapporto sportello - imprese di appena 3.000 unità ad oltre 175.000 unità. I due casi estremi sono presentati dalla camere di commercio di Lodi, la quale con sole 11.979 imprese dispone di 4 punti di accesso e la camera di commercio di Napoli che dispone di 1 punto di accesso per 175.846 imprese.

Il fenomeno della diffusione sul territorio di sedi distaccate subirà un ridimensionamento e forse anche un'inversione di tendenza a causa della diffusione di sistemi informatici come ad esempio il sistema "Telemaco", concepito e implementato dalla società consortile INFOCAMERE che consente il recepimento e il caricamento di pratiche direttamente presso gli uffici, distribuiti sul territorio, delle organizzazioni di categoria.

Il sistema camerale dispone sempre alla fine del 1999, di 52 fra borse merci e sale contrattazioni; strutture anche esse soggette ad una rapida evoluzione con notevole

ridimensionamento d'importanza, considerato che spesso sono luoghi deputati alla commercializzazione di prodotti agricoli, zootecnici e di materie prime per l'industria, merci che trovano oggi nuove modalità di commercio.

Il sistema camerale dispone anche di 28 laboratori chimico - merceologici, i quali costituiscono una rete organica sul territorio, rete razionalizzata dall'Unione italiana delle camere di commercio, e l'U.E. (progetto Labo). Tramite questa iniziativa sono stati costituiti laboratori anche in zone del sud Italia, ove sono divenuti punti di riferimento per la valorizzazione commerciale di prodotti agricoli di pregio, tramite l'implementazione dei sistemi di qualità.

Il sistema camerale conta, inoltre, alla fine del 1999, anche 69 camere arbitrali, istituti già presenti prima dell'avvento della riforma degli enti ma che, successivamente, hanno registrato un leggero incremento.

La legge n. 580 ha assegnato ulteriori competenze al sistema camerale in materia di regolazione del mercato; in particolare le camere di commercio possono ora promuovere la costituzione di commissioni conciliative per la risoluzione di controversie tra imprese e tra imprese, consumatori e utenti; possono predisporre e promuovere contratti tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti. Sempre la legge n. 580 dispone che le camere di commercio possono promuovere forme di controllo sulla presenza delle clausole inique inserite nei contratti. Altra importante incombenza, che risulta opportuno richiamare, è rappresentata dalla promozione dell'azione di repressione della concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2601 del c.c.

Le funzioni sopra richiamate, riguardanti la regolazione del mercato, sono ora in corso di implementazione nel sistema camerale. In relazione a ciò, sarà necessario attendere il rapporto per l'anno 2000 e successivi.

L'Unione italiana delle camere di commercio ha predisposto progetti di adeguamento, regolamenti - tipo e ha fornito istruzioni affinché l'intero sistema venga ad essere uniformato, su tutto il territorio nazionale, per ciò che riguarda questo importante aspetto dell'attività di ausilio all'economia.

Nel 1999 le aziende speciali ammontavano a n. 140 con aumento di 6 unità rispetto all'anno precedente. Le aziende speciali traggono ancora motivazione e configurazione dal disposto del r.d. n. 2011 del 1934. Sono in genere organismi privi di personalità giuridica e vengono costituite per lo svolgimento di funzioni particolari di notevole interesse per l'economia locale, funzioni che possono, più efficacemente, essere svolte secondo le norme del diritto privato, applicabili, in base alla legge n. 580/1993, alle aziende speciali camerali. L'espressione più significativa di questa specializzazione operativa è rappresentata dai laboratori chimico- merceologici. Oltre a ciò, le aziende speciali più spesso svolgono attività specialistica di formazione, di promozione degli scambi, di gestione di infrastrutture, di supporto all'innovazione e così via.

Un'interessante analisi della ripartizione delle aziende speciali si può ritrovare nella tabella che segue (Tav. 2) (fonte UNIONCAMERE; rapporto 2000) sul sistema delle camere di commercio). I dati della tabella sono relativi a 128 aziende speciali, quelle che hanno risposto nelle indagini, inviando i questionari compilati.

Tav. 2 – Aziende speciali delle Camere di commercio per regione e settore di attività prevalente [1] nel 1999.

Regioni	Attività scambi estero	Formazione e gestione impresa	Commercializzazione in Italia	Gestione infrastrutture	Supporto innovazione	Laboratorio chimico-merceologico	Camera arbitrale	Promozione nuove imprese	Altre attività	Inattive	Totale
Piemonte	2	1	0	1	0	2	0	0	1	0	7
Lombardia	2	5	3	1	2	2	1	1	4	0	21
Liguria	0	2	1	0		0	0	0	0	0	3
Trentino A.A.	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Veneto	1	3	1	2	0	0	0	0	2	0	9
Friuli Venezia G.	1	2	1	0	0	1	0	1	6	0	12
Emilia Romagna	2	2	2	0	1	0	0	1	1	0	9
Toscana	2	5	0	0	0	2	0	1	0	0	10
Umbria	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	3
Marche	4	0	0	1	1	0	0	0	0	0	6
Lazio	0	2	0	0	0	0	1	0	3	0	6
Abruzzo	0	2	0	0	0	2	0	1	1	0	6
Molise	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Campania	2	1	0	0	1	1	0	0	1	0	6
Puglia	1	1	0	1	1	4	0	1	1	1	11
Basilicata	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	5
Calabria	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	5
Sicilia	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	5
Sardegna	1	0	1	1	0	0	0	0	2	0	5
Totale	18	30	10	9	6	15	2	7	27	4	128

[1] L'attività prevalente è determinata in base al personale impiegato nella tipologia indicata. Si tenga conto che 64 Aziende speciali svolgono attività in più settori tra quelli segnalati.

Ulteriori interessanti informazioni si possono dedurre dalle successive tabelle (Tavv. 3 e 4), ottenute dalla stessa fonte e che si riferiscono agli indicatori di bilancio per le entrate e per le uscite. Un confronto fra i dati delle tabelle sopra riportate permette di elaborare alcune considerazioni circa il costo della gestione delle stesse, dell'entità della contribuzione camerale, dei proventi ottenuti per lo svolgimento dell'attività propria. Si viene così a constatare che le aziende speciali con maggiore onere a carico del bilancio camerale sono quelle che si interessano di attività di supporto all'innovazione e di attività riguardanti gli scambi con l'estero.

Tav. 3 – Aziende speciali delle Camere di commercio per settore di attività prevalente [1] nel 1999. Indicatori di bilancio – 1ª parte.

Entrate

			Valori assoluti (milioni di lire)			Valori %		
Settore di attività	Aziende costituite	Personale medio	Contrib. camerale	Altre entrate	Totale entrate	Contrib. camerale	Altre entrate	Totale entrate
Attività concernente gli scambi con l'estero	18	10,1	22.295	14.301	36.596	60,9	39,1	100,00
Formazione e servizi per la gestione d'impresa	30	14,1	14.503	84.686	99.189	14,6	85,4	100,00
Promozione della commercializzazione in Italia	10	7,6	7.722	19.274	26.996	28,6	71,4	100,00
Gestione infrastrutture	9	8,2	6.922	9.008	15.930	43,5	56,5	100,00
Attività di supporto innovazione	6	45,0	24.665	14.262	38.927	63,4	36,6	100,00
Laboratorio chimico merceologico	15	9,2	6.215	8.344	14.559	42,7	57,3	100,00
Camera arbitrale	2	6,5	1.040	1.063	2.103	49,5	50,5	100,00
Promozione nuove imprese	7	11,1	5.543	14.330	19.873	27,9	72,1	100,00
Altre attività	27	7,5	10.923	45.014	55.937	19,5	80,5	100,00
Aziende non operative	4	-	-	-	-	-	-	-
Totale	128	11,9	99.828	210.282	310.110	32,2	67,8	100,00

NB. Le Aziende speciali costituite dalle Camere di commercio sono complessivamente 140, ma 12 non hanno compilato il questionario e 5 non hanno risposto alle domande relative al bilancio.

[1] L'attività prevalente è determinata in base al personale impiegato nella tipologia indicata. Si tenga conto che 64 Aziende speciali svolgono attività in più settori tra quelli segnalati.

Tav. 4 – Aziende speciali delle Camere di commercio per settore di attività prevalente [1] nel 1999. Indicatori di bilancio – 2ª parte.

Uscite		
	Valori assoluti (milioni di lire)	Valori %

Settore di attività	Uscite correnti	Uscite c/c	Totale uscite	Uscite correnti	Uscite c/c	Totale uscite
Attività concernente gli scambi con l'estero	56.219	685	36.902	98,1	1,9	100,00
Formazione e servizi per la gestione d'impresa	94.690	2.562	97.252	97,4	2,6	100,00
Promozione della commercializzazione in Italia	26.818	445	27.261	98,4	1,6	
Gestione infrastrutture	15.702	378	16.080	97,6	2,4	100,00
Attività di supporto innovazione	57.190	1.629	38.819	95,8	4,2	100,00
Laboratorio chimico merceologico	14.591	624	15.215	95,9	4,1	100,00
Camera arbitrale	2.076	36	2.112	98,3	1,7	100,00
Promozione nuove imprese	20.072	155	20.225	99,2	0,8	100,00
Altre attività	47.451	6.972	54.425	87,2	12,8	100,00
Aziende non operative	-	-	-	-	-	100,00 -
Totale	294.809	15.480	308.289	95,6	4,4	100,00

NB. Le Aziende speciali costituite dalle Camere di commercio sono complessivamente 140, ma 12 non hanno compilato il questionario e 5 non hanno risposto alle domande relative al bilancio.

[1] L'attività prevalente è determinata in base al personale impiegato nella tipologia indicata. Si tenga conto che 64 Aziende speciali svolgono attività in più settori tra quelli segnalati.

Le aziende speciali che si incaricano dell'attività di formazione e servizi per la gestione di impresa, e di altre attività non meglio precisate, e alla promozione di nuove imprese, presentano condizioni di autoapprovvigionamento finanziario più favorevoli.

2.2 – Le partecipazioni delle camere di commercio.

Un aspetto dell'attività delle camere di commercio di consistente contenuto qualitativo è rappresentato dalle partecipazioni camerali a società di diversa tipologia costituite per le finalità più svariate.

Complessivamente, alla fine del 1998, le società alle quali partecipano le camere di commercio ammontavano a 1380, mentre nel 1997 risultavano in numero di 1535.

Si registra, quindi, una diminuzione delle partecipazioni fra il 1997 e il 1998, anni ai quali si riferisce l'indagine dell'Unione italiana delle camere di commercio.

Nel 1999 le partecipazioni camerali a organismi societari sono tornate ad aumentare raggiungendo il numero di 1458.

Gli organismi societari cui partecipano le camere di commercio si interessano di moltissimi aspetti della vita economica locale.

Più interessante ancora risulta l'incremento del capitale sottoscritto che dal 1997 al 1999 passa da 606.685 milioni a 629.103 milioni.

Tanto per citare, i settori di intervento più importanti, appaiono i seguenti: fiere e mostre, mercati agroalimentari e centri commerciali, altre infrastrutture per la commercializzazione, infrastrutture stradali, portuali e aereo portuali, promozione della commercializzazione, formazione, assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica, tutela e valorizzazione delle produzioni locali, ecc.

2.3 – Le risorse finanziarie delle camere di commercio.

Gli indicatori di finanza del sistema delle camere di commercio si possono basare sinteticamente sulla classificazione dei più importanti titoli e categorie dell'entrata e della spesa.

Per quanto riguarda le entrate, l'accertamento al 31.12.1998 fornisce i seguenti risultati.

TAV. 5: Risorse finanziarie del sistema camerale per il 1998.

Voce dell'entrata	Importi (in miliardi di lire)	% sul totale
Avanzo di amministrazione	907,598	25,78
Tit. I Entrate correnti	1864,213	52,96

Tit. II Entrate in conto capitale	687,784	19,54
Tit. III Entrate da accensione prestiti e depositi	60,655	1,72
TOTALE	3.520,250	100

Per l'esercizio 1999 la situazione economica in estrema sintesi si presenta come illustrato nella seguente tabella.

TAV. 6: Risorse finanziarie del sistema camerale per il 1999.

Voce dell'entrata	Importi (in miliardi di lire)	% sul totale
Avanzo di amministrazione	773,140	21,21
Tit. I Entrate correnti	1.897,210	52,05
Tit. II Entrate in conto capitale	885,866	24,31
Tit. III Entrate da accensione prestiti e depositi	88,477	2,43
TOTALE	3.644,693	100

Si richiama l'attenzione sull'esclusione dal conteggio degli importi di cui al titolo IV "entrate da servizi per conto terzi".

Alcune considerazioni sui dati esposti nelle tabelle che precedono, si rendono necessarie. Passando dall'esercizio 1998 all'esercizio 1999, si nota un incremento generale delle entrate di circa 124 miliardi, pari al 3,5%.

L'incremento di cui sopra non si limita ai due esercizi considerati. Infatti, il trend positivo dell'entrata si manifesta anche negli esercizi precedenti attraverso dati che per brevità non vengono riportati.

Un altro aspetto che occorre rilevare è rappresentato dalle modificazioni che intervengono nel flusso in entrata. Considerando le due tabelle sopra esposte, si nota una diminuzione dell'avanzo di amministrazione, che passa dal 25,78% dell'entrata complessiva del 1998 al 21,21% del 1999. Le entrate correnti, Titolo I, tendono a rimanere costanti in termini di peso relativo sul totale delle entrate e tendono ad incrementare in valore assoluto.

Una dinamica positiva di una certa consistenza presentano, invece, le entrate in conto capitale, titolo II, che passano dal 19,54% (1998) al 24,31% (1999).

Infine, è necessario far osservare che l'avanzo di amministrazione, presentando un fenomeno regressivo, sta ad attestare una intensificazione dell'attività del sistema camerale con la tendenza alla diminuzione dei fondi di cassa, dei residui attivi a crediti e ad un aumento dei residui passivi a debiti. In altre parole, il sistema tende a spendere le risorse

trasformandole in impegni per iniziative da realizzare o in debiti per iniziative già realizzate, ma la cui spesa non è stata ancora onorata.

Le risorse globali del sistema camerale tendono all'incremento per l'innalzamento del tasso di iscrizione delle imprese al registro camerale. Si verifica, infatti, un saldo positivo fra le iscrizione e le cessazioni, con uno spostamento verso ragioni sociali sempre più complesse che, fra l'altro, versano un diritto camerale di importo superiore.

Un notevole apporto all'incremento delle entrate del sistema è rappresentato dai diritti di segreteria afferenti il rilascio di certificazioni relative a registri, albi, ruoli, elenchi, ecc.

Il flusso finanziario proveniente dai diritti di segreteria presenta fra il 1994 e il 1998 un andamento sensibilmente crescente, fenomeno dovuto all'aggiornamento degli importi di detto diritto intervenuti fra il 1997 e il 2000. Fra il 1998 e il 1999 si registra, invece, una inversione del fenomeno. I flussi diminuiscono per un minore ricorso alla richiesta di certificati e visure, con la loro progressiva sostituzione con i documenti di autocertificazione.

2.3.1 – La distribuzione territoriale delle risorse finanziarie.

Il sistema delle camere di commercio, dovendo svolgere su tutto il territorio nazionale servizi istituzionali analoghi, quali la gestione di registri, elenchi, albi ecc. necessita di risorse sufficientemente livellate e proporzionali, in prima approssimazione, al numero delle imprese iscritte nel registro.

La parte promozionale dell'attività camerale, necessita anch'essa di una consistente quota di risorse finanziarie che, si potrebbe considerare più importante laddove l'economia deve risultare oggetto di attenzione da parte dell'intervento pubblico e cioè nelle aree svantaggiate.

Un esame della distribuzione delle risorse finanziarie delle camere di commercio mette invece in evidenza uno squilibrio fra una regione e l'altra e soprattutto fra regioni del centro – nord e quelle del sud.

Ricorrendo ad una indicizzazione dell'entrata media per impresa iscritta al registro, si constata che nel 1998 di fronte ad un introito medio di L. 372.000 per la Lombardia si pone la Basilicata con L. 207.000 per impresa. Nel 1999 il fenomeno presenta ancora rilevanti discordanze: la Lombardia con L. 354.800 per impresa di fronte alla Basilicata con L. 210.700.

Una posizione alquanto atipica presenta la Sardegna che in ambedue gli anni si pone in una posizione centrale fra le regioni italiane e ben lontana dalla situazione in cui versano le regioni del sud Italia.

Poiché gli introiti di bilancio presi a base per la elaborazione di cui sopra provengono dal diritto annuale e dai diritti di segreteria (entrate correnti) detti introiti rappresentano un indice interessante dell'attività economica di una provincia. Maggiori introiti pervengono dal mondo delle imprese laddove queste presentano un'alta frequenza di società di capitali o comunque di imprese iscritte nella sezione ordinaria del Registro.

Inoltre, nelle regioni e nelle province ove l'attività economica è più intensa si registra anche un maggior ricorso alle certificazioni camerali con evidente collegamento con l'incremento dei diritti di segreteria.

Si può quindi concludere questo paragrafo evidenziando la necessità di un più adeguato sistema di perequazione atteso che, negli anni in esame, il fondo perequativo previsto dalla legge n. 580/1993 non sembra aver influito in modo efficace.

Per una percezioni più esatta del fenomeno della distribuzione territoriale delle entrale del sistema delle camere di commercio si rinvia alle tabelle n. 7 e n. 8 "entrate correnti per diritti delle camere di commercio per regione e per impresa", nonché ai grafici n. 3 e n. 4.

Tab. n. 7 – Entrate correnti per diritti delle camere di commercio per regione e per impresa. Anno 1998.

Regioni	Entrate correnti Cat. I – Tit. I – L.	N. imprese iscritte nel R.I.	Entrata media per impresa – L.
Piemonte	128.685.147.885	435.456	295.518
Val d'Aosta	3.980.793.000	14.586	272.918
Lombardia	314.411.382.628	845.139	372.000
Trentino A.A.	28.155.684.335	103.471	272.111
Veneto	148.177.015.080	487.423	304.000
Friuli V.G.	34.210.641.763	114.414	299.000
Liguria	43.577.702.593	155.349	280.500
Emilia Romagna	146.548.154.920	441.503	331.930
Toscana	117.266.851.928	372.076	315.000
Umbria	22.147.493.753	85.174	260.000
Marche	47.484.615.278	167.765	283.000
Lazio	147.564.827.674	508.980	289.922
Abruzzo	34.325.239.331	135.808	253.000
Molise	8.775.139.592	36.587	239.843
Campania	112.668.267.785	462.841	243.000
Puglia	80.078.317.309	370.452	216.000
Basilicata	12.456.387.144	60.143	207.000
Calabria	32.457.153.373	145.640	223.000
Sicilia	88.388.289.978	424.933	208.000
Sardegna	42.970.106.778	148.843	289.000
TOTALI	1.549.329.215.124	5.516.583	289.000

Tab. n. 8 – Entrate correnti per diritti delle camere di commercio per regione e per impresa. Anno 1999.

Regioni	Entrate correnti Cat. I – Tit. I	N. imprese iscritte nel R.I.	Entrata media per impresa
Piemonte	127.778.560.263	438.891	291.139
Val d'Aosta	4.145.078.000	14.617	283.579
Lombardia	304.707.907.126	858.791	354.810
Trentino A.A.	30.426.597.304	103.894	292.861
Veneto	152.159.638.213	490.121	310.453
Friuli V.G.	35.014.594.362	114.766	305.095
Liguria	43.304.259.020	157.090	275.665
Emilia Romagna	145.399.857.106	446.119	325.921
Toscana	123.864.717.326	378.078	327.616
Umbria	26.442.006.858	87.344	302.734
Marche	46.893.925.800	168.394	278.477
Lazio	172.600.347.050	519.767	339.768
Abruzzo	37.565.328.379	138.143	271.930
Molise	8.602.663.912	36.720	234.277
Campania	112.960.217.992	474.071	238.277
Puglia	83.086.664.183	372.278	223.184
Basilicata	12.820.670.388	60.847	210.703
Calabria	34.102.149.966	151.801	224.650
Sicilia	80.231.304.115	380.215	211.015
Sardegna	43.087.213.517	152.416	282.694
TOTALI	1.570.740.156.699	5.595.363	279.000

Grafico n. 3 – Rappresentazione grafica dei dati di cui alla Tab. n. 7

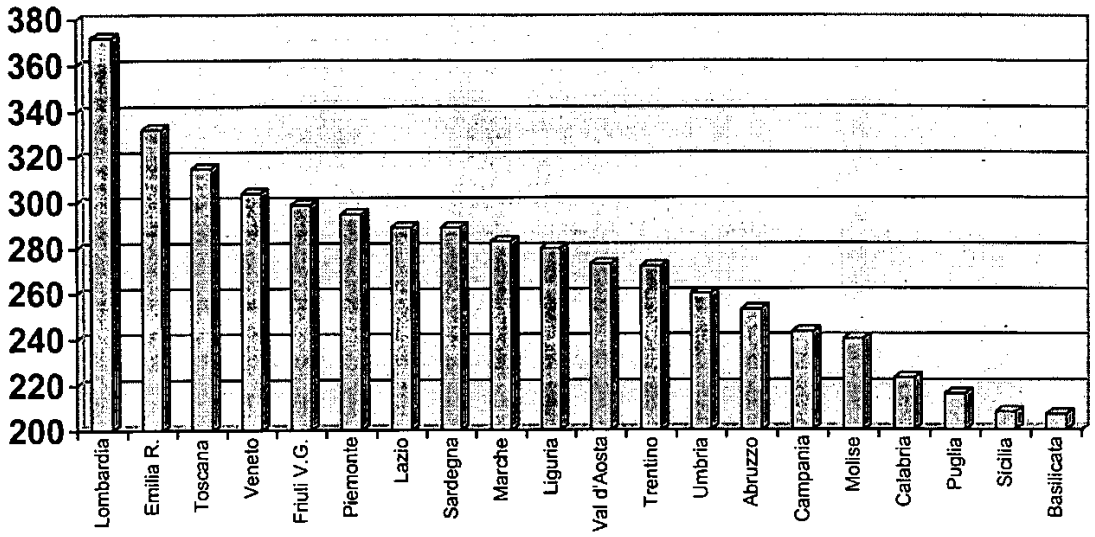
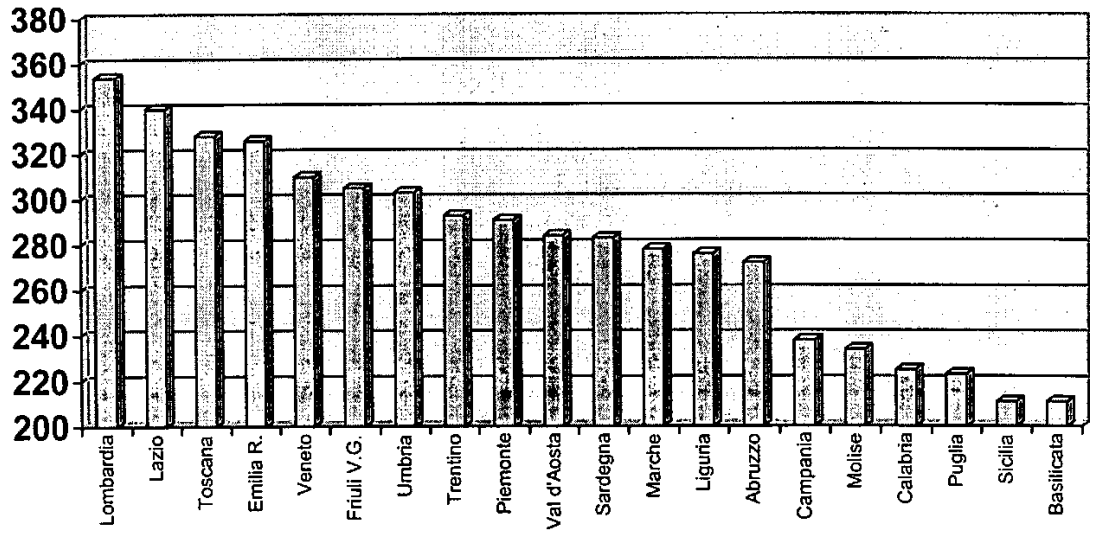


Grafico n. 4 – Rappresentazione grafica dei dati di cui alla Tab. n. 8



Capitolo 3 – Le risorse umane nelle camere di commercio.

3.1 – Il personale e le dotazioni organiche.

Nel 1998 il personale in servizio nelle camere di commercio ammontava a 8.220 unità, con un aumento molto lieve (0,2%) rispetto al 1997.

Nel 1999 i dipendenti in servizio sono invece diminuiti (-0,9%) rispetto al 1998.

Il sistema camerale, in ambedue gli esercizi considerati, presenta un sensibile scostamento fra il personale in servizio e quello previsto dalle piante organiche rispettivamente del 15,5% nel 1998 e del 17,41% nel 1999.

Nella tavola che segue vengono messe in evidenza le caratteristiche sintetiche salienti delle risorse umane.

Tab. n. 9 – Dipendenti in servizio e distribuzione per settori di attività. Anno 1998.

- 8.220 dipendenti in servizio (+0,2 rispetto al 1997)		
- Distribuzione del personale nei settori di attività		
Servizi amministrativi – anagrafici	n. 4.570	% 55,6
Servizi interni	n. 2.236	% 27,2
Servizi promozionali e studio	n. 1.167	% 14,2
Servizi tecnici e altri	n. 238	% 2,9
- 3.660 unità impegnate nella formazione (+ 16 rispetto al 1997)		

Fonte: Unioncamere: Rapporto 1999 sul sistema camerale

Nella tabella sotto riportata, riferita all'anno successivo vengono evidenziate ancora alcune indicazioni sintetiche relative alle risorse umane del sistema.

Tab. n. 10 – Risorse umane: alcune indicazioni, anno 1999.

- 8.149 dipendenti in servizio (-0,9 rispetto al 1998)
- 9.861 posti in pianta organica
- 1.178 unità a tempo determinato

- Distribuzione del personale in servizio nelle categorie

Dirigenti	261	3,2%
Categoria A	595	7,3%
Categoria B	3.040	37,3%
Categoria C	2.371	29,1%
Categoria D	1.882	23,1%

Fonte: Unioncamere: Rapporto 2000 sul sistema camerale

Il personale del sistema camerale presenta una consistente stabilità, almeno nel periodo 1996 – 1999. Un sensibile incremento è invece presentato nel periodo 1990 – 1995 allorché le unità passarono da 7.653 a 8.184. La variazione positiva del periodo è dovuta alle necessità operative collegate a nuove incombenze per il sistema camerale.

Il periodo, infatti, è caratterizzato da un incremento del personale laureato delle qualifiche 7ª e 8ª e della dirigenza. Tuttavia, anche nella 6ª qualifica si registra una notevole presenza di laureati, i quali si avvantaggiano della formazione universitaria per risultare vincitori nei concorsi.

Mentre i dipendenti almeno negli ultimi anni, tendono a permanere ad un livello numerico costante, il numero delle imprese nel periodo 1997 – 1998 risulta diminuito.

Quest'ultimo fenomeno si è verificato perché con l'entrata in attività del registro imprese, secondo le norme della riforma, si è verificata una ripulitura degli archivi camerali.

La stabilità del personale è in linea con gli orientamenti di politica economica che prevedono un contenimento del pubblico impiego.

In altre parole, nel periodo considerato si osserva un fenomeno rilevante di recupero di efficienza.

Il passaggio da una distribuzione per qualifiche ad una stabilita per categorie rende più difficile l'illustrazione delle variazioni che intervengono nell'ambito dell'intera risorsa umana del sistema.

Interessanti variazioni si registrano anche nella ripartizione del personale per area di attività. Al 1999 con riferimento agli anni precedenti si registra una sostanziale diminuzione del personale destinato ai servizi amministrativi e anagrafici che passa dal 55,6% del 1998 al 44,4% del 1999. Negli anni precedenti ci si era trovati di fronte ad un fenomeno di segno diverso.

Conseguentemente al fenomeno sopra descritto, si assiste, nel periodo, ad un aumento del personale assorbito nei servizi promozionali e di studi (il 14,2% nel 1998 che passa al 17,2% nel 1999).

Anche i servizi interni tendono ad assorbire più personale passando, nel periodo, dal 27,2% al 35,1%.

Non vi è dubbio che il sistema camerale ha dimostrato una notevole sensibilità ai processi di innovazione nell'organizzazione del lavoro, cercando di passare da un'amministrazione a sistema chiuso o autoreferenziato ad un sistema aperto con sensibilità e attenzione alle esigenze dell'utenza, rappresentata dalle imprese.

Una sensibile spinta alla innovazione si ricava dalla diffusa presenza di sistemi di pianificazione e valutazione dei servizi. Il 1998 rappresenta un periodo di grande operatività, caratterizzato dall'attivazione di sistemi di valutazione dell'efficienza e dell'efficacia dei servizi. La spinta a detta razionalizzazione del sistema proviene dal decreto legislativo 30.7.1999, n. 286 in attuazione dei principi contenuti nella legge n. 59 del 1997.

Già nel 1998 oltre il 90% delle camere di commercio ha istituito strutture deputate alla verifica dei risultati.

Come primo approccio al problema dei controlli interni sono stati istituiti nuclei di valutazione. Per una consistente quota di detti nuclei si conosce l'operatività svolta nel 1998 e continuata anche nell'esercizio successivo.

I nuclei di valutazione si compongono con una elevata presenza di docenti universitari (27,4%), dirigenti di pubblica amministrazione (23,9%) e di consulenti professionali (19,1%).

3.2 – L'evoluzione nell'organizzazione del lavoro.

Le camere di commercio hanno mostrato sensibilità verso nuovi modelli di funzionamento della pubblica amministrazione quali il decentramento amministrativo, la trasparenza, la semplificazione, il miglioramento della qualità dei servizi. Sotto questo aspetto nel 1999, a cura dell'Unione italiana delle camere di commercio, si è provveduto alla realizzazione di indagini per verificare le iniziative di semplificazione del rapporto fra enti camerali e imprese. Si è pure provveduto alla verifica periodica del gradimento dei servizi da parte degli utenti.

Contemporaneamente la società consortile di informatica Infocamere ha predisposto servizi ulteriori, oltre a quelli di natura fondamentale per il sistema, dimostrandosi sensibile all'inserimento gratuito di informazioni supplementari sulle posizioni del portale delle imprese.

Infocamere ha sviluppato il software per la trasmissione telematica dei dati e delle informazioni riguardanti il registro delle imprese avviando così il processo per la costituzione di una camera di commercio virtuale.

3.3 – La formazione dei dipendenti delle camere di commercio.

L'attività di formazione del personale camerale è curata in primo luogo dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne che organizza ogni anno mediamente un centinaio di episodi formativi per circa 200 giornate.

Risultano interessati all'attività di formazione, ogni anno, 2.550 funzionari di camere di commercio, aziende speciali, unioni regionali delle camere di commercio, centri commercio estero, ecc.

Nei due anni interessati dalla presente relazione lo sforzo formativo ha riguardato il nuovo assetto istituzionale degli enti conseguente alla legge di riforma n. 580/1993.

Le linee fondamentali di detta formazione hanno riguardato:

a) incremento di standard di qualità dei servizi erogati;
b) sviluppo di nuovi rapporti nell'ambito delle istituzioni locali;
c) attuazione di nuove politiche di sviluppo delle risorse umane.

Una rilevante mole di lavoro sia formativo come di orientamento è stato svolto in merito all'approntamento dei regolamenti di organizzazione degli uffici e dei servizi.

L'Unione italiana delle camere di commercio, a tale proposito, ha predisposto un percorso di riflessione coinvolgendo i presidenti, i segretari generali, i tecnici dell'organizzazione camerale e i consulenti.

A conclusione di questa vasta operazione sono state predisposte linee guida che si basano su scelte di fondo:

a) distinzione delle responsabilità volute dal decreto legislativo n. 29 del 1993 e successive modificazioni nei ruoli decisionali;
b) orientamento delle scelte organizzative sulle esigenze delle imprese del territorio;
c) organizzazione interna con assegnazione di incarico ai dirigenti su obiettivi temporalmente definiti e revocabili;
d) definizione del ruolo del segretario generale come responsabile dei risultati generali dell'attività della camera di commercio;
e) introduzione dei sistemi di controllo secondo le direttive introdotte dal decreto legislativo n. 286 del 30.7.1999.

3.4 – Il contratto collettivo di lavoro del personale.

Il periodo di riferimento si caratterizza per il rinnovo del contratto collettivo di lavoro del personale per il quadriennio 1998 – 2001. Tale contratto è stato sottoscritto l'1.4.1999 e costituisce un significativo passo di avvicinamento alla contrattualistica privata voluta dalla riforma introdotta dal d. lgs. n. 29/1993.

Di tale contratto vale la pena richiamare gli aspetti più significativi:

a) il nuovo sistema di classificazione del personale: il sistema tende a passare da modelli di inquadramenti rigidi e formali, con appiattimenti retributivi ad altri modelli in cui si propone l'incentivazione e la valorizzazione delle capacità professionali. Il nuovo meccanismo fa perno sui profili professionali trasposti oggi in 4 categorie, in ordine crescente A, B, C, D, nelle quali vengono trasformate le precedenti 8 qualifiche funzionali:
b) La contrattazione integrativa: premesso che il processo di contrattazione integrativa nel periodo è appena agli inizi (nel 1999 solo pochissime camere di commercio hanno chiuso la trattativa) si ripone sul principio una aspettativa di razionalizzazione dell'uso del personale e d'altra parte di valorizzazione dello stesso dal punto di vista qualitativo, con la possibilità di applicare tecniche di riconoscimento delle prestazioni professionali. Certamente la dialettica in atto fra le parti contraenti fa intravedere una certa diversità di orientamento, che potrebbe portare a risultati più vicini alla filosofia della mediazione di ogni posto, che alla esaltazione delle possibilità del datore di lavoro di assicurare il migliore sito delle proprie scelte organizzative e gestionali.
c) Il C.C.N.L. del personale dirigente, nel dicembre del 1999 è stato sottoscritto detto contratto quale conseguenza del processo di revisione legislativa del d. lgs. n. 29/1993. Il nuovo contratto si basa su alcune azioni preliminari che la legge pone a carico degli enti camerali.
    1) adeguamento degli ordinamenti introducendo criteri per il conferimento e la revoca degli incarichi dirigenziali e l'onnicomprensività del trattamento economico:
    2) graduazione all'interno della qualifica funzionale di diversi livelli di complessità delle funzioni, tutto ciò con evidente riflesso anche sul trattamento accessorio;
    3) definizione dei criteri per l'assegnazione della retribuzione di risultato;
    4) adeguamento dell'ordinamento camerale ai principi introdotti dal d. Lgs. n. 286/1999 in materia di sistemi di valutazione della dirigenza.

Il risultato più importante riguardo alla definizione del trattamento accessorio si è avuto proprio nei comuni e nelle camere di commercio, dove è possibile derogare al limite massimo di L, 82.000.000 di retribuzione di posizione, previa specifica ed autonoma valutazione all'interno del singolo ente.

Il meccanismo ha portato a situazioni che, come meglio si vedrà nella relazione dell'anno successivo (2000), necessitano di una correzione poiché si è pervenuti alla definizione di retribuzione di posizione estremamente diversificate sul territorio nazionale, in riferimento a funzioni del tutto corrispondenti in termini di impegno e di professionalità.

Capitolo 4 – Le Unioni regionali delle camere di commercio.

4.1 – Le attività.

Le Unioni regionali, nel quadro della riforma del sistema camerale, registrano un rafforzamento del loro ruolo poiché partecipano al decentramento voluto dalla riforma della pubblica amministrazione, soprattutto per i rapporti che vengono a stabilirsi fra il sistema camerale e le Regioni.

Nel periodo di riferimento si è posto il problema dell'ottenimento dalle Regioni delle deleghe sulle funzioni che la legge ha loro conferito. Non vi è dubbio che in questo preciso contingente le Unioni hanno individualmente esercitato un'attività apprezzabile, ma non si sono presentate come esponenti di un sistema unitario nazionale. Conseguentemente i risultati appaiono piuttosto variabili. Se non sempre si sono ottenute deleghe su funzioni si è però realizzato un successo generale e cioè il riconoscimento, per il sistema camerale, di un ruolo di raccordo e di collaborazione nei diversi settori economici.

Le camere di commercio riconoscono alle Unioni regionali il ruolo di portavoce delle loro richieste, sia in sede regionale come presso gli altri enti locali e le istituzioni presenti sul territorio. Più recentemente la dimensione regionale si è trovata in sintonia con analoghe scelte di politica regionalistica dell'Unione europea. Da questa sintonia sono nati ambiti di impegno delle Unioni regionali verso la comunità europea.

Nel periodo di riferimento gli ambiti tradizionali del rapporto fra sistema camerale e Regioni, rapporto mediato dalle Unioni, ha riguardato in modo particolare e sistematico l'artigianato, il commercio, i trasporti e le infrastrutture, l'agricoltura, il turismo e l'ambiente.

A questo punto è necessario operare una distinzione di ruoli e di risultati. Mentre nelle Regioni a statuto ordinario i rapporti fra Unioni regionali e Regioni si sono intensificati, nelle Regioni a statuto speciale si segnalano difficoltà nello stabilire i contatti che dipendono da ordini di cause riconducibili all'autonomia statutaria delle Regioni stesse e dei rapporti che intercorrono fra dette Regioni e le camere di commercio.

E' possibile, ricorrendo alle relazioni rimesse dalle Regioni ai sensi dell'art. 37 del d. lgs. 112/1998 e ad informazioni assunte dall'Unione Italiana delle camere di commercio costruire un quadro di riferimenti fra Regioni e Unioni delle camere di commercio per tutte le regioni italiane.

Piemonte: sono state intraprese azioni volte all'ottimizzazione delle attività promozionali in essere presso le camere di commercio, unitamente alle analoghe iniziative regionali. Gli ambiti interessati sono stati: agroalimentare, collegamenti e trasporti, comunicazione multimediale e del World Wide Web, valorizzazione e salvaguardia dell'ambiente.

Lombardia: si riconosce il ruolo dell'Unione per i rapporti con le istituzioni pubbliche, in primo luogo il governo regionale e si apprezza il ruolo di servizio di coordinamento e di valorizzazione delle camere di commercio lombarde.

Veneto: il rapporto tra l'Unione regionale e Regione nel periodo di riferimento è stato particolarmente intenso, come dimostrano le partecipazioni a tavoli di concertazione sull'utilizzazione dei fondi strutturali, le partecipazioni a consultazioni delle commissioni del consiglio regionale, sui vari decreti di snellimento della pubblica amministrazione e sulla riforma del commercio. Si sono poi avute consistenti serie di partecipazioni a livello di funzionari degli uffici economici sui temi come l'artigianato, l'osservatorio del commercio, lo sportello unico per le imprese, la subfornitura, l'ambiente ecc.

Friuli Venezia Giulia: per l'anno 1998 i rapporti dell'Unione regionale con la regione si sono concretizzati nella cura degli interessi delle camere di commercio, con particolare riferimento all'attuazione dei decreti "Bassanini", nella partecipazione dell'Unione a commissioni regionali e nella stipula di convenzioni.

Liguria: partecipazione dell'Unione regionale alla costituzione del Fondo unico per le imprese e dello Sportello imprese. Partecipazione ai Comitati di sorveglianza per gli Obiettivi comunitari 2 e 5b, alle Commissioni per il commercio su aree pubbliche, ambiente, artigianato, al Comitato tecnico consultivo sulle attività contrattuali della regione ed al Comitato consultivo per la solidarietà internazionale e la cooperazione allo sviluppo. L'Unione regionale ligure ha partecipato ai programmi di assistenza alle imprese per i fondi strutturali e la certificazione di qualità (Fonte Unioncamere).

Emilia Romagna: l'Unione regionale ha collaborato con la Regione nelle analisi sulla struttura economica regionale, nell'assistenza e informazione alle imprese, nell'internazionalizzazione, nel monitoraggio, nell'efficacia delle politiche economiche e territoriali, per il turismo e l'artigianato. L'Unioncamere Emilia Romagna partecipa alla Conferenza regionale economia e lavoro ed a vari gruppi di lavoro settoriali. Sono stati promossi congiuntamente osservatori sui settori del turismo ed agroalimentare e realizzati interventi sulla promozione e commercializzazione del turismo (Fonte Unioncamere).

Toscana: è stato stipulato un protocollo di intesa fra Regione e Unione regionale. Tale protocollo ha individuato gli ambiti di cooperazione sia a livello intersettoriale (programmazione regionale, politiche regionali della Unione europea, ecc.) che settoriale. E' stata stipulata una convenzione tra regione, Unione regionale e Infocamere, da parte della regione, dei dati del Registro imprese.

Marche: l'Unione regionale delle Marche ha partecipato come socio fondatore alla costituzione della SVIM, Società di sviluppo Marche Spa, ed ha posto le basi per fungere come principale cabina di regia sul territorio per i processi innovativi e l'internazionalizzazione delle imprese. Ha organizzato, congiuntamente con la Regione, numerosi eventi promozionali a livello nazionale ed internazionale. Fra questi ultimi, particolare rilievo assume il progetto "Cina città d'Italia a Shanghai" (Fonte Unioncamere).

Umbria: l'Unione regionale ha partecipato al tavolo regionale di concertazione per la programmazione dei fondi strutturali 2000 – 2006 ed è stata inserita come unico soggetto collaboratore nel sistema informativo "Business areas" della Regione Umbria.

Lazio: l'Unione regionale ha costituito l'Agenzia per l'internazionalizzazione delle imprese locali, con lo scopo di coordinare e integrare numerose attività mirate a sostenere e rendere competitive le imprese territoriali. Tale attività si è concretizzata in una serie di riunioni e incontri con la regione, associazioni di categoria e Unione italiana delle camere di commercio.

Molise: l'Unione regionale ha nominato un proprio rappresentante in seno al comitato regionale per lo sviluppo dell'occupazione e in seno al gruppo di valutazione dei programmi di promozione turistica. Inoltre, l'Unione regionale opera con la Regione per l'attuazione della legge sul decentramento amministrativo.

Abruzzo: l'Unione regionale abruzzese ha partecipato alla Consulta regionale per l'artigianato artistico, al Comitato regionale del progetto RIS, al Forum del turismo regionale, alla Commissione regionale sul commercio, al Comitato regionale di coordinamento lavoro e formazione, al Comitato regionale per il programma Leader ed ha partecipato ai gruppi di lavoro per la concertazione sulla programmazione dei fondi strutturali 2000 – 2006 (Fonte Unioncamere).

Campania: l'Unione regionale ha partecipato alle Commissioni consultive regionali su formazione professionale, immigrazione ed emigrazione, commercio ambulante, sviluppo e promozione, gestione Albo imprese boschive, impianti di distribuzione, intervenendo altresì ai tavoli di concertazione per la definizione del documento interinale e del POR Campania nell'ambito dell'Agenda 2000. L'Unione ha peraltro contribuito all'attività della Regione, fornendo informazioni di natura economica riguardanti la consultazione sul bilancio di previsione regionale, i caratteri strutturali dell'economia regionale, l'evoluzione congiunturale dei principali settori produttivi, il Sistema informativo Excelsior ed il progetto LAPIN (Fonte Unioncamere).

Basilicata: durante l'esercizio 1998 l'Unione ha assunto il ruolo di interlocutore privilegiato fra regione e camere di commercio, nell'ambito dell'utilizzo dei fondi strutturali. Inoltre, ha svolto varie iniziative in collaborazione con la Regione, nel settore alimentare, nel campo dell'artigianato e nel turismo.

Puglia: l'Unione regionale della Puglia ha collaborato con le Regioni per l'istituzione dello Sportello unico per le imprese e la programmazione dei Fondi comunitari 2000 – 2006 ed ha stipulato con la Regione una convenzione per l'organizzazione della partecipazione a fiere e mostre all'estero (Fonte Unioncamere).

Sicilia: l'Unione regionale della Sicilia ha partecipato ai Comitati regionali sul turismo, il commercio, la pesca e l'artigianato ed ha predisposto per la Regione la relazione economica regionale e provinciale (Fonte Unioncamere).

4.2 – Le attività di promozione economica.

Le Unioni regionali, oltre ad assolvere funzioni di rappresentanza e di collegamento con amministrazioni ed enti di carattere regionale svolgono anche una intensa attività di promozione economica, soprattutto quando si tratta di iniziative del sistema camerale di

interesse generale e comunque interprovinciale. Senza entrare nei dettagli di un esame analitico delle iniziative, si possono ricordare, a titolo indicativo le numerose missioni esplorative all'estero, la partecipazione a programmi ed iniziative proposte dalla U.E. (progetti Mercure – Phare, MEDA, ADAPT, EUROPASS, Euro–Info–Centre, Europortenariat, la partecipazione a società sia di portata nazionale come di portata regionale, la presenza con un proprio stand alle più importanti mostre e fiere, anche internazionali, la partecipazione alla gestione di infrastrutture, progetti di sviluppo per la viabilità, ecc.)

Nel 1999 le Unioni regionali si sono distinte per l'attività di sensibilizzazione verso l'euro, accanto agli organi statali e alle amministrazioni locali.

Molta attenzione è stata rivolta agli sportelli regionali per l'ambiente, l'arbitrato, la conciliazione.

4.3 – Le risorse umane delle Unioni regionali.

Per svolgere le proprie funzioni e per la realizzazione delle attività promozionali le Unioni in esame dispongono, al 31.12.1999 (dati Unioncamere), di 243 unità, di cui 100 (41%) in possesso di laurea. Al contingente di cui sopra si aggiungono collaboratori a tempo parziale (9) e collaboratori distaccati dalle camere di commercio (36).

Detto personale risulta equamente distribuito per 37 unità alle mansioni di segreteria generale, 35 unità per la contabilità e l'amministrazione, 37 unità per gli studi e ricerche, 35 unità per l'organizzazione di mostre e promozioni generali, 29 unità per altri servizi alle imprese, 37 unità destinate ad altre funzioni.

4.4 – Le entrate delle Unioni regionali.

Nel 1999, prendendo il dato più recente, le entrate complessive delle Unioni regionali ammontano a L. 65.503.000.000 provenienti per L. 32.960.000.000 (50,3%) quale contributo delle camere di commercio associate e per L. 13.247.000.000 quali entrate proprie realizzate per servizi resi alle camere di commercio e ad altri enti e istituzioni.

Con riferimento allo steso anno, è interessante notare che le uscite complessive sono state pressoché corrispondenti alle entrate: L. 54.600.000.000 di cui L. 16.282.000.000 riguardano le spese per il personale (25%) e L. 37.848.000.000 (59%) vengono destinate alle iniziative di sviluppo economico.

Capitolo 5 – L'Unione italiana delle camere di commercio.

L'Unioncamere – Unione italiana delle Camere di commercio – è l'ente a cui partecipano le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e il competente Assessorato della Regione autonoma della Valle d'Aosta. La legge di riforma delle camere di commercio (Legge n. 580/1993), nel confermare l'autonomia statutaria e le attribuzioni contenute nello statuto dell'ente, precisa ulteriormente all'art. 7 le funzioni dell'Unioncamere:

- cura e rappresentanza degli interessi generali delle camere di commercio;

- di promozione e gestione diretta, nelle modalità già previste, nelle camere di commercio di servizi e di attività delle camere e delle categorie economiche.

Nel 1999 sono stati creati otto progetti per la gestione dei seguenti servizi: regolazione del mercato, sviluppo del territorio, informazione economica, internazionalizzazione, accompagnamento al mercato unico e all'Europa, sostegno finanziario alle imprese e infrastrutture, sviluppo delle funzioni camerale, diffusione della cultura del sistema. A questi otto progetti si sono affiancati due affidati all'INDIS, sull'attuazione della riforma del commercio e sul commercio elettronico.

5.1 – Consolidamento e sviluppo della posizione istituzionale.

Nel periodo 1998 – 1999 si è ritenuto di favorire il consolidamento e lo sviluppo della posizione istituzionale del sistema camerale con la realizzazione di una serie di progetti che, nelle loro linee essenziali, vengono qui descritti:

5.1.1 – Ampliamento del ruolo riguardante la regolazione del mercato.

In questi ultimi anni le camere di commercio vedono sempre più ampliato il ruolo istituzionale di soggetto terzo in materia di giustizia alternativa, nonché del controllo delle regole del mercato. Recentemente si sono aggiunti gli spazi della metrologia legale, delle sanzioni amministrative, della raccolta e diffusione di brevetti e marchi.

Per rispondere a queste sollecitazioni sono necessari funzioni e servizi stabili, efficienti ed efficaci. In tal senso il progetto relativo alla regolazione del mercato ha inteso operare sul piano organizzativo e strutturale, sulla formazione del personale e, infine, sulla comunicazione esterna.

5.1.2 – Sviluppo dell'informazione e processi decisionali.

L'obiettivo ha assunto connotazioni di importanza e di urgenza a causa del processo di decentramento amministrativo, che ha a sua volta introdotto metodologie decisionali, come la concertazione e la surrogazione. Il progetto a cui si accenna in questo paragrafo ha per obiettivo di trasformare l'informazione economica in uno strumento in grado di aiutare ed orientare le amministrazioni pubbliche in merito alle politiche economiche per le imprese stesse, nella assunzione di decisioni che presuppongono conoscenze precise e aggiornate sul mercato.

5.1.3 – Realizzazione dei servizi per la competitività territoriale.

Le camere di commercio possono svolgere un ruolo fondamentale attivo nello sviluppo e nella valorizzazione del territorio. Anche in questo caso, un particolare progetto dell'Unione è stato finalizzato all'incremento della competitività del territorio con la valorizzazione di diversi fattori territoriali.

5.1.4 – Dimensionamento europeo della rete.

Con la partecipazione del sistema camerale al processo di fusione nelle tematiche europee, si è posto il problema di definire il quadro delle compatibilità entro le quali collocare, in quanto compatibili, l'esercizio delle funzioni istituzionali e promozionali delle camere di commercio.

5.1.5 – Diffusione di strumenti di accompagnamento della globalizzazione.

In questo caso il progetto aveva lo scopo di rendere disponibili prodotti che, se adottati, possono qualificare e potenziare l'intervento delle camere di commercio promuovendo i sistemi locali.

5.1.6 – Rete e innovazioni per lo sviluppo delle risorse e delle funzioni camerali.

E' sembrato opportuno per il sistema camerale migliorare continuamente il livello dell'attuale efficienza. Questo obiettivo si può realizzare con lo sviluppo dei sistemi di funzionamento e gestione delle attività. E' bene ricordare che il sistema camerale vanta, fra i suoi punti di forza, la valenza tecnologica, la sensibilità culturale per "agire a sistema" e una struttura organizzativa correttamente dimensionata.

5.2 - Definizione e diffusione delle regole del sistema.

Uno degli obiettivi del sistema camerale è stato quello di snellire il rapporto tra imprese, camere di commercio e pubblica amministrazione. Tra i provvedimenti più rilevanti, in questo campo, va ricordato lo schema di regolamento di semplificazione delle procedure di iscrizione e di deposito degli atti nel registro delle imprese, approvato dal Consiglio dei ministri il 19.11.1999.

Presso l'AIPA è stato attivato un gruppo di lavoro destinato a promuovere un progetto che vede coinvolti, oltre il sistema camerale, anche l'INPS e l'INAIL..

Il comitato di presidenza dell'Unioncamere ha approvato uno schema di protocollo d'intesa con il Ministero dell'industria per approfondire e disciplinare i rispettivi ambiti di attività, ivi comprese le nuove funzioni in corso di trasferimento, relative agli uffici metrici e agli UPICA.

Inoltre, ha preso avvio un progetto chiamato APICE che consiste in un processo integrato di informazione e supporto per gli amministratori camerali. L'attuazione della fase di avvio del progetto esecutivo del sistema di sostegno al ruolo di amministratori camerali è stato conferito ad Asseforcamere.

Tra le altre iniziative, sono da segnalare l'anagrafe degli amministratori camerali, del sistema camerale e dei segretari generali.

5.3 – Sviluppo delle risorse camerali.

Le azioni svolte hanno riguardato lo studio e l'implementazione operativa di modalità e strumenti innovativi, in materia di organizzazione e personale.

Per raggiungere questi obiettivi sono stati realizzati due progetti: lo sviluppo della rete per l'efficienza dei servizi e la promozione di iniziative di innovazione per il sistema camerale.

Dal 1998 è stato avviato il progetto Europass per promuovere l'immagine e il ruolo del sistema camerale come referente qualificato per le imprese.

Un altro obiettivo, iniziato nel 1998 e terminato nel 1999, è stato quello del gradimento dei servizi, per pervenire alla verifica periodica del gradimento dei servizi da parte degli utenti.

Lo sviluppo della rete per l'efficienza dei servizi si è posto come obiettivo la costituzione e l'avvio di un network, denominato Pareto, rivolto ai segretari generali,

finalizzato allo sviluppo e al confronto sulle esperienze e l'individuazione di un sistema di classificazione del personale in attuazione del contratto di lavoro.

La promozione di iniziative di innovazione per il sistema camerale è consistita nella divulgazione e comunicazione delle iniziative di semplificazione e innovazione, sia verso l'interno del sistema camerale che verso l'esterno. Tutto ciò è stato realizzato tramite un sito Internet e tramite specifiche informative attraverso convegni e manifestazioni.

E' stato, inoltre, messo a punto un innovativo sistema, attraverso il quale le imprese possono iscriversi al registro delle imprese mediante modalità telematiche.

5.4 – Attività nel campo degli studi e dell'informazione economico – statistica.

Nel corso del 1999 l'area per l'informazione economica e statistica ha svolto attività di coordinamento e assistenza tecnica degli uffici studio e statistica delle camere di commercio, ha realizzato rilevazioni ed elaborazioni in qualità di organo ufficiale del SISTAN ed ha contribuito alla diffusione dell'informazione economica e statistica prodotta dal sistema camerale.

Nel 1999 l'area per l'informazione economica e statistica ha realizzato la terza annualità del progetto Excelsior, che rappresenta l'unica indagine nazionale svolta sul tema della domanda di lavoro delle imprese e sede caratteristiche delle professioni richieste dal settore privato, mentre il progetto LAPIN ha l'obiettivo di realizzare, insieme ad altri partner dell'Unione europea, un sistema informativo europea per l'occupazione.

5.5 – Gli altri campi di attività di Unioncamere.

L'Unioncamere nel suo ruolo di rappresentanza degli interessi delle camere di commercio, interviene in un ampio raggio di campi che si ritiene utile richiamare, anche se, per economia di tempo, non appare possibile entrare nei dettagli.

5.5.1 – Interventi sull'attività legislativa e il trasferimento di norme nell'ambito del sistema camerale.

Sono numerosi gli interventi normativi che affidano all'Unioncamere ruoli importanti nell'applicazione delle leggi. Questi ruoli possono riguardare l'intero sistema camerale come, anche, l'Unione stessa in funzione di ricerca e di monitoraggio. La presenza di Unioncamere nell'iter di formazione dei provvedimenti ha assicurato la partecipazione significativa del sistema camerale nel panorama della pubblica amministrazione.

5.6 – L'attività di pubbliche relazioni.

L'Unioncamere rivolge cura alla comunicazione esterna della propria attività, che è orientata verso il sistema camerale come verso la pubblica amministrazione e le imprese. L'attività di relazione con l'esterno si avvale di pubblicazioni periodiche, fra cui "Per l'impresa" e "Istituzioni" e di pubblicazioni su argomenti oggetto di specifiche ricerche o dossier di orientamento dell'attività camerale.

5.7 – Politiche di settore, ambiente e infrastrutture.

Per quanto riguarda l'ambiente, l'attività si è sviluppata, anche utilizzando le indicazioni della commissione camerale per le problematiche ambientali, sui temi del MUD, dell'albo gestione rifiuti e dei sistemi di ecogestione.

Agroalimentare. Nel corso del 1999 sono state rivisitate la composizione e le funzioni della commissione nazionale per l'agroalimentare, unificandola con il comitato vitivinicolo.

Finanza e credito. Le tematiche prioritarie individuate dalla commissione per la finanza e credito sono: la realizzazione e una rete di alleanze con organismi nazionali, internazionali, pubblici e privati; l'istituzione di un sistema di camere di commercio quali punti di eccellenza e/o di esperienza significativi; la costituzione di un network di camere per la realizzazione di sportelli di informazione finanziaria; la costruzione e la promozione del mercato mobiliare per le medie imprese.

5.8 – Attività nel campo della formazione e servizi alle imprese.

Progetto IPI – Il programma ha l'obiettivo di promuovere una più completa diffusione e interpretazione delle tematiche relative alle agevolazioni finanziarie alle imprese, costituendo un centro permanente di informazione e di assistenza, presso alcune camere di commercio o aziende speciali delle aree obiettivo I opportunamente selezionate.

Progetto CAMPUS/UC/98 – Il progetto CAMPUS, cofinanziato dal Fondo sociale europeo, è proseguito con l'apporto di Confindustria ed Enea. Si tratta di un'iniziativa che mira a rafforzare la professionalità di alcuni diplomi universitari nei settori di ingegneria, scienze tecnologiche e terziario avanzato.

Supporto all'innovazione e Rete dei laboratori – Nel 1999 sono proseguite la promozione e il coordinamento delle Reti degli sportelli informativi ad indirizzo tecnologico delle camere di commercio.

5.9 – Attività dell'INDIS (Istituto nazionale distribuzione e servizi).

L'istituto, nel corso del 1999, ha raggiunto gli obiettivi fissati nel programma, portando avanti sia il tradizionale impegno di studio e ricerca sulle tematiche della distribuzione commerciale e dei servizi, sia l'attività prevista da due specifici progetti relativi all'attuazione riforma del commercio e alla diffusione del commercio elettronico. A seguito delle risultanze della conferenza organizzativa del sistema camerale, la missione istituzionale dell'INDIS è stata estesa anche al settore del terziario.

5.10 – Attività della sede di Bruxelles.

L'attività della sede di Bruxelles ha assunto nel 1999 sempre più una dimensione politico – istituzionale ed è stata impegnata nel perseguire i seguenti obiettivi:

- riconoscimento istituzionale per le Camere di commercio internazionali
- partership istituzionale verso le istituzioni comunitarie
- costruzione della rete europea.

Capitolo 6 – Il sistema informativo delle camere di commercio.

6.1 – La società consortile di informatica delle camere di commercio.

E' noto che il sistema delle camere di commercio si avvale di un organismo di diritto privato, Infocamere, s.c.p.a., che assolve al complesso compito di gestire i sistemi informativi nonché i programmi automatizzati necessari per la gestione delle stesse camere.

L'impegno più importante di Infocamere è certamente la gestione del Registro delle imprese. Sulla importanza di questa gestione centralizzata non è il caso di dilungarsi, data la notorietà del sistema e i vantaggi che arreca al mondo dell'economia. Negli ultimi anni Infocamere ha assorbito gli eventi problematici con la scissione da CERVED, la ridefinizione degli ambiti di mercato, l'incremento dei volumi di dati e l'ampliamento dei servizi erogati.

Con il passare degli anni, Infocamere ha variato anche i suoi rapporti con le camere di commercio socie e finanziatrici, facendo salire i proventi del fatturato dei clienti esterni, che passa dal 43,9 del 1998, al 45,2% del 1999.

Nell'ottica di risultare un organismo non eccessivamente oneroso per le camere di commercio Infocamere ha posto in atto nuove strategie, in ciò stimolata anche dalla nuova generazione di amministratori camerali, quasi tutti imprenditori, molto sensibili ai costi di gestione.

Nel periodo di riferimento, l'Infocamere ha avviato un processo di razionalizzazione i cui punti fondamentali sono:

- l'adozione di un regime di misura della soddisfazione del cliente;
- la creazione di divisioni operative;
- la chiusura di sedi periferiche ed il passaggio del personale ad un regime di lavoro mobile.

Per altra strada, poi, Infocamere si è adattata alla richiesta dell'Autorità Antitrust di tenere distinti i costi e i ricavi per le attività in favore delle camere da quelli relativi alla distribuzione dei dati; ha intrapreso un'azione per allargare la base dei clienti al di fuori del mercato camerale; ha iniziato una campagna di offerte di servizi a strutture esterne.

Non vi è dubbio che l'impegno di gran lunga prevalente di Infocamere è rappresentato dalla gestione del Registro imprese. I dati fondamentali della movimentazione del Registro imprese sono riportati nella tabella che segue:

Tab. 7 – Consistenza delle iscrizioni al registro imprese, rilascio di certificati, visure, ecc. (Fonte Unioncamere: rapporto 2000).

	Anno 1999	**Anno 1998**	**Anno 1997**
Consistenza Registro delle imprese	5.758.030	5.661.444	5.627.263
Consistenza Albo artigiani	1.380.681	1.352.701	1.324.851
Imprese con numero meccanografico	181.157	173.175	163.444
Bilanci ottici caricati nell'anno	606.872	600.000	564.305
Visure RI	11.862.969	12.040.218	14.163.283
Certificati RI	3.372.061	3.989.031	4.329.670
Iscrizioni, modifiche, cancellazioni RI	2.379.739	2.572.872	3.065.332
Elenchi e ricerche di mercato RI	37.966	69.364	77.240
Nominativi estratti da elenchi RI	21.537.029	19.001.394	16.321.837
Visure Albo artigiani	(1)	734.446	1.006.087

(1) Computate insieme alle visure RI (2) Gli elenchi AA sono estratti tramite sistema Ulisse			

Per effetto della recente legislazione sulla semplificazione amministrativa, si constata una minore entità delle visure e dei certificati del Registro imprese ed un aumento del rilascio di certificati antimafia, che sono passati dai 106.000 del 1998 ai 414.000 del 1999. Sempre per effetto della semplificazione amministrativa si è realizzato un impulso alla informatizzazione di tutti i rapporti fra la pubblica amministrazione e le imprese. Il progetto Telemaco permette, oggi, la comunicazione su una rete aperta fra camere di commercio, corrispondenti professionali come notai, le strutture territoriale delle associazioni di categoria e le agenzie di sviluppo pratiche. Telemaco ha visto la sua affermazione soprattutto nel 1999.

Dal marzo del 1999 tutte le camere di commercio possono curare per via telematica le pratiche interessanti il Registro imprese.

6.2 – Gli archivi ottici.

L'archiviazione ottica delle pratiche presso le camere di commercio ha inizio il 19.2.1996 con l'istituzione del registro delle imprese. Alla fine del 1999 l'archivio ottico nazionale dispone di 9,9 milioni di documenti, per un totale di 90 milioni di pagine ottiche fra atti e bilanci. Le pagine ottiche dedicate al registro delle imprese sono circa 35 milioni pari circa al 96% dell'attuale disponibile sugli archivi camerali.

6.3 – Collegamenti telematici.

Nel 1998 e nel 1999 si sono ulteriormente potenziati i collegamenti telematici del sistema camerale con altre pubbliche amministrazioni riguardanti il registro delle imprese. Sono proprio le pubbliche amministrazioni che determinano nel periodo l'incremento più significativo per il maggior numero di operazioni sugli archivi delle camere.

Nel periodo anche le associazioni di categoria hanno iniziato ad avvalersi dei prodotti informatici del Registro, grazie all'introduzione del servizio Telemaco.

6.4 – Nuovi servizi.

Rilevante interesse riveste l'avvento della presenza su Internet delle camere di commercio. Ormai, alla fine del 1999, pressoché tutte le camere di commercio sono abilitate ad accedere ad Internet, via ICRete. Su detta rete sono disponibili servizi informativi di

statistica su imprese, sul modello unificato della dichiarazione dei residui industriali, sugli incentivi al commercio, sul servizio metrico e sugli archivi ottici.

Nel corso del 1998 è stato attivato il servizio Ulisse, mediante il quale è possibile l'estrazione di elenchi, con modalità di interrogazione molto semplice. Per l'anno 1999 il numero degli elenchi estratti ammonta a circa 50.000, per un totale di oltre 30 milioni di nominativi.

Il servizio Iorba consiste in un sistema di navigazione attraverso le diverse banche dati gestite da Infocamere. Iorba è un servizio riservato alla pubblica amministrazione, alle organizzazioni di categoria, convenzionate attraverso il sistema Telemaco e ai distributori ufficiali di Infocamere.

Anche il patrimonio dei brevetti e dei marchi ha ricevuto l'attenzione e la valorizzazione del sistema informatico delle camere di commercio. Tra l'Unioncamere e il Ministero dell'industria (oggi delle attività produttive) è stata stipulata una convenzione per la quale Infocamere ha realizzato un collegamento on – line (dal 1.6.1998) con la banca dati anagrafico – procedurale dei brevetti e marchi presso le camere di commercio.

Il servizio fornisce informazioni relative a brevetti e marchi depositati a partire dal 1968 fino ad oggi.

Le informazioni che si possono ottenere da questo servizio, oltre ai parametri e ai codici identificativi, riguardano titolari, stato di vita del brevetto, informazioni sui consulenti (mandatari).

Capitolo 7 – Interventi di regolazione del mercato.

Il sistema delle camere di commercio risulta da tanto tempo impegnato nella funzioni di regolazione del mercato con la istituzione delle camere arbitrali.

Nel 1999 il numero di dette camere arbitrali è rimasto invariato rispetto al 1998 allorché raggiunse il numero di 69. Le camere arbitrali generalmente rivestono la natura giuridica e la configurazione di uffici camerali: solo 5 camere di commercio gestiscono la materia con aziende speciali.

Gli arbitrati amministrati nel periodo che va dal 1995 al 1999 sono stati 729. Quelli amministrati nel 1999 sono stati 178, rispetto ai 194 del 1998.

Il valore medio delle controversie è risultato di 475 milioni nel 1999 (è aumentato di 31 milioni rispetto a quello del 1998). Nonostante ciò, la durata media degli arbitrati è diminuita, infatti nel 1999 è stata di 160 gg. (nel 1998 era di 189 giorni).

Nel corso del 1998 e nel 1999 le camere di commercio si sono impegnate sul versante informativo e promozionale e hanno proseguito la loro attività di omogeneizzazione degli strumenti e delle procedure, attraverso l'adeguamento ai principi contenuti nel regolamento – tipo dell'Unioncamere. L'Unione ha continuato a svolgere, nel corso del 1999, l'attività di sostegno volta al superamento dei problemi teorico – operativi che le Camere si sono trovate a dover affrontare nella gestione delle procedure di arbitrato.

Nel corso del 1998 sono state gestite complessivamente 274 domande di conciliazione. Di queste, 113 risultano concluse.

Nel 1999 sono state gestite 485 domande di conciliazione; 59 relative a contratti di subfornitura e 426 relative a rapporti tra imprese e consumatori.

La legge 18.6.1998, n. 192 in materia di subfornitura che ha reso obbligatoria la conciliazione camerale per le controversie nascenti da contratti di subfornitura, è stata pienamente attuata dalle Camere di commercio nel corso del 1999.

Capitolo 8 – L'internazionalizzazione delle camere di commercio.

Il processo di internazionalizzazione dell'economia, al quale l'Italia risulta fortemente interessata, vede le camere di commercio impegnate, oggi ancor più che nel passato, nell'assunzione di iniziative in favore dell'apertura e della integrazione della nostra economia con quella mondiale. Il punto di forza del sistema camerale, in questo procedimento, è rappresentato dalla rete delle camere di commercio italiane all'estero. Detti enti, costituiti come associazioni private di operatori locali, di origine italiana o meno, rappresentano il mezzo per un immediato contatto sul mercato estero dei vari paesi.

Le camere di commercio italiane all'estero sono raccolte in un'associazione, l'Assocamerestero, strettamente collegata con l'Unione italiana delle camere di commercio.

8.1 – Lo sportello unico per l'internazionalizzazione.

Si tratta di uno strumento, previsto dal D. Lgs. n. 143 del 31.3.1998, adottato dal sistema camerale che, in esso, ha riversato la propria esperienza acquisita operando sull'estero. Lo sportello unico è uno strumento telematico di carattere informativo al quale, nel 1999, aderivano n. 66 camere di commercio.

8.2 –Le aziende speciali camerali e l'internazionalizzazione.

Un punto di forza di notevole interesse nel processo di cui trattasi è rappresentato dalle aziende speciali delle camere di commercio, costituite per gli interventi all'estero. Nel biennio di riferimento dette aziende hanno promosso tavoli di concertazione con il Ministero del commercio estero (ora confluito nel Ministero delle Attività Produttive), hanno adottato metodologie comuni con la creazione di desk congiunti all'estero, anche con il contributo dei centri estero delle unioni regionali.

8.3 – La rete degli Euro – Info- Centres.

In molte regioni si è venuta strutturando una rete di Euro – Info – Centres, al momento in numero di 17, la cui costituzione è sollecitata da direttive comunitarie. Anche gli Info – Centres si avvalgono di personale camerale e sono costituiti per informare, consigliare e assistere soprattutto le piccole e medie imprese in tutte le fasi del loro sviluppo.

Generalmente gli Info – Centres sono ubicati presso la camera di commercio capoluogo di regione. Uno di questi, il n. 374, è ubicato presso Mondimpresa, la società avente per scopo la promozione della nascita e dello sviluppo qualitativo della rete degli eurosportelli fra le camere di commercio italiane. In generale gli E.I.C. svolgono assistenza on – line e telematica disponendo di una banca – dati "Merlino" contenente informazioni in merito alle agevolazioni per le imprese e le regole per il mercato unico europeo. L'E.I.C. 374 è in grado di rispondere a numerosi quesiti in materia di internazionalizzazione, armonizzazione delle legislazioni dei paesi U.E. e opportunità finanziarie. Ulteriori servizi dell'E.I.C. 374 sono rappresentati dallo sportello telematico, dal dossier di documentazione europea (un ipertesto contenente altri dossier), l'osservatorio legislativo, riguardante il recepimento nell'ordinamento italiano delle direttive comunitarie, il libro verde, una guida al

commercio internazionale e, infine, le schede – paese che offrono informazioni sui differenti aspetti delle modalità di approccio dei vari mercati esteri.

8.4 – I Centri estero delle Unioni regionali delle camere di commercio.

Ogni regione dispone di un centro commercio estero, ubicato, in genere, presso l'unione regionale. Detti organismi, nel periodo di riferimento della presente relazione, hanno svolto:

a) attività promozionale in senso lato organizzando la partecipazione collettiva di operatori a fiere e mostre internazionali, organizzazione di mostre autonome di missioni commerciale all'estero, di accoglimento di delegazioni di operatori stranieri in Italia;
b) informazione e consulenza di primo orientamento o di livello avanzato, quest'ultima attività svolta anche con ricorso a specialisti esterni;
c) iniziative di formazione intese a promuovere e diffondere la cultura dell'internazionalizzazione. In tal senso vengono organizzati corsi di base, seminari specialistici su temi come l'area paese e il più razionale approccio;
d) approntamento e realizzazione di progetti speciali a sostegno della collaborazione transnazionale fra imprese.

I centri estero dispongono in media di 15 unità nelle aree del centro – nord e di circa 5 unità nelle aree meridionali. Complessivamente, in media, i centri dispongono di 153 unità operative.

Le risorse si concretizzano in un'entrata di circa 38 miliardi, rappresentata per il 43% dai contributi camerali e per il 57% da finanziamenti sulle iniziative promozionali e di formazione delle amministrazioni pubbliche nazionali e delle regioni, nonché dalla utilizzazione di risorse finanziarie comunitarie.

E' interessante notare che le entrate di cui sopra vengono destinate solo per il 28% per le spese gestionali di funzionamento, mentre per il 65% vengono destinate all'attività di promozione. La rimanente quota viene ancora destinata in favore dell'economia in progetti di informazione e consulenza, nonché di formazione.

I centri estero collaborano assiduamente nello svolgimento di iniziative promozionali con l'Istituto commercio estero, le regioni e con altri organismi. Nel 1999, ad esempio, hanno svolto circa 320 iniziative che hanno interessato oltre 4.600 imprese.

Particolarmente richiesta appare la partecipazione delle imprese all'attività espositiva all'estero, ma una costante evoluzione si nota anche per i servizi di orientamento e di consulenza in materia di contrattualistica internazionale, di legislazione doganale e di normativa fiscale.

I settori merceologici più interessanti all'attività dei centri commercio estero sono: agroalimentari, tessile e abbigliamento, calzature e articoli sportivi.

8.5 – Mondimpresa.

Mondimpresa è stata concepita per realizzare obiettivi di coordinamento del sistema camerale in tema di internazionalizzazione. Ovviamente il livello di operatività di Mondimpresa è quello nazionale avendo per interlocutori gli organi centrali dell'amministrazione e gli uffici dell'U.E.

Mondimpresa fornisce assistenza ai centri estero delle camere di commercio, con un costante supporto informativo in merito alle evoluzioni normative e applicative.

Mondimpresa coordina i centri estero regionali nelle partecipazioni multiregionali a progetti riguardanti direttive comunitarie. Favorisce il rapporto tra mondo associativo e produttivo dell'Italia con la Commissione europea e istituzioni europee.

La stessa, inoltre, garantisce la presenza permanente del sistema camerale a Bruxelles.

Di rilevante interesse appare il servizio informazione di Mondimpresa di cui si ricordano brevemente: "Sintexword", un sistema informativo con aggiornamento e diffusione quindicinale sulle tematiche della mondializzazione, con riferimento di informazioni e documentazione proveniente dall'U.E.; osservatorio recepimento direttive comunitarie, il "dossier di documentazione europea", il "libro verde", prodotto informativo a schede mobili realizzato da Mondimpresa ma edito da IPSOA; le "schede paese"; il manuale "l'Italia che produce".

Rilevante appare l'attività di Mondimpresa nell'organizzazione di missioni e iniziative di partenariato, che sono state 17 nel 1998 e 13 nel 1999.

Capitolo 9 – L'offerta di ricerca economica e statistica delle camere di commercio.

Il sistema camerale offre complessivamente una cospicua quantità di prodotti statistici originati da risorse proprie o realizzati attraverso la collaborazione con altri enti pubblici e con organismi di ricerca.

Le camere di commercio fanno parte del SISTAN occupando un ruolo di rilievo nella produzione di statistiche ufficiali sul territorio. In particolare, le camere di commercio concentrano i propri sforzi su alcuni grandi progetti di ricerca statistica del sistema, riguardanti, ad esempio, la demografia delle imprese, il mercato del lavoro, le congiunture regionali.

Gli uffici statistici sono diffusi in tutte le camere di commercio e, complessivamente, a detti uffici sono destinate 610 unità circa. Rilevante risulta la presenza di laureati fra gli addetti.

Gli uffici statistici sviluppano sette aree di operatività: ricerca economica, ufficio prezzi, ufficio statistica, documentazione, protesti cambiari, consulenza e assistenza.

Gli uffici statistica svolgono anche un intenso lavoro di sportello (intorno ai 13.000 – 14.000 utenti - anno), nonché numerosissimi contatti telefonici (28.000 – 30.000 annui).

I contatti di cui sopra riguardano informazioni di interesse per le famiglie, come gli indici dei prezzi al consumo, oppure di interesse per le imprese.

Interessanti sono i motivi di contatto da parte delle imprese, contatti che procurano la maggior parte dell'impegno dei servizi statistici. I quesiti più ricorrenti riguardano i mercati e la concorrenza, i prezzi dei materiali, gli indici di produzione, il lavoro e organizzazione.

9.1 – Il sistema statistico nazionale.

Come si è detto, il mondo camerale con l'inserimento nel SISTAN ha visto riconosciuto un ruolo di soggetto di particolare interesse. Il sistema camerale risulta coinvolto nel programma statistico nazionale in oltre 30 rilevazioni. Tra queste si ricorda per il particolare significato: l'utilizzazione statistica del modello unico di dichiarazione ambientale, il monitoraggio della soddisfazione e dei costi delle imprese nei rapporti con la pubblica amministrazione.

Di grande importanza risulta il materiale elaborato dai servizi statistica: articoli sulle economie locali, pubblicazioni non periodiche a carattere nazionale, monografie.

Nel 1998 le ricerche e le pubblicazioni curate dalle camere di commercio ammontavano a 896, per passare a 936 nell'anno successivo.

Il maggior impegno produttivo riguarda le pubblicazioni non periodiche a carattere promozionale, seguite da studi e ricerche effettuate autonomamente ed, infine, da pubblicazioni inserite in riviste sulle economie locali.

Discretamente diffusi nel sistema camerale risultano gli osservatori (al 1999 risultavano presenti 51 osservatori) riguardanti i prezzi, il mercato, il lavoro, le economie locali e la congiuntura.

9.2 – Il progetto Excelsior.

Si tratta dell'unico sistema informativo per la previsione dei flussi occupazionali delle imprese per l'analisi dei fabbisogni professionali e formativi. Il sistema copre l'intero territorio nazionale. Il progetto ha preso l'avvio nel 1997 e, al momento, ha acquisito una notevole importanza e notorietà.

Excelsior fornisce una cospicua serie di informazioni di grande rilevanza nello stabilire anche le linee di politica nazionale in materia di lavoro. Le informazioni di Excelsior sono ottenute elaborando i dati che pervengono da un campione di 100.000 imprese distribuite su tutto il territorio nazionale.

Il progetto è in grado di fornire previsioni sui flussi di entrata e di uscita dei lavoratori dipendenti in 25 settori economici, esclusa la pubblica amministrazione. Excelsior fornisce una indicazione dei profili professionali ricercati dalle imprese sul mercato del lavoro con la specificazione delle principali caratteristiche.

Nel 1999 il progetto Excelsior è stato esteso al settore dell'agricoltura. Excelsior per la sua originalità si è imposto all'attenzione dei governi e dell'U.E.

9.3 – L'Istituto Guglielmo Tagliacarne.

Il sistema camerale dispone di una struttura deputata allo studio del sistema economico a livello nazionale e locale e alla formazione con particolare riferimento alle esigenze delle camere e della p.a. Tale struttura è costituita sotto forma di fondazione dell'Unione italiana delle camere di commercio. Si tratta dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, costituito per perseguire progetti di formazione nell'ambito di un programma convenzionato con l'Unioncamere, nonché per lo svolgimento di attività di natura istituzionale non convenzionata con Unioncamere e infine per lo sviluppo di attività di ricerca su commessa. Allorché si è trattato dello sviluppo di filoni di indagine è stata dedicata particolare attenzione alle modalità di sviluppo del territorio e alle modificazioni della strategia dei sistemi imprenditoriali di limitate dimensioni. In questo contesto l'attenzione ha privilegiato i settori manifatturiero e commerciale; si è così resa possibile la conoscenza della evoluzione del tessuto economico produttivo italiano e la potenzialità di crescita delle diverse aree.

L'istituto Tagliacarne dispone così di pregevoli informazioni dettagliate e in serie storica, sull'evoluzione delle piccole e medie imprese italiane.

Tra le iniziative di maggior rilievo portate a termine nel periodo di riferimento si ricordano:

1) valutazione dell'impatto dell'applicazione della legge n. 488 del 19.12.1992 – legge 46 del 17.2.1982 sulle PMI. L'iniziativa è realizzata su commissione del Ministero dell'industria (ora delle Attività produttive) con lo scopo di disporre di informazioni, da parte del Governo, sugli effetti che le leggi di agevolazione finanziaria provocano sulle imprese.

La ricerca segue un approccio sperimentale micro-economico, per il quale è stato necessario predisporre un campione di 1.000 imprese beneficiarie delle agevolazioni.
Di queste 700 imprese sono state intervistate in merito alle agevolazioni della legge n. 488/92e 300 sono state intervistate in merito alla legge n. 46/82;

2) congiunture regionali standardizzate.
Dal 1997 è cominciata l'elaborazione delle congiunture regionali nate dall'esperienza storica della "giuria della congiuntura" avviata con le Unioni regionali delle camere di commercio già dai primi anni '70: con ciò si è voluto adempiere al compito di formulare una metodologia di un comune modello di rilevazione, di campionamento e di elaborazioni standard.
La realizzazione della congiuntura si basa su un campione di 7.000 imprese.
Al momento attuale le congiunture rappresentano i punti di riferimento per l'analisi delle dinamiche di breve periodo sulle industrie manifatturiere a livello locale.
Per realizzare le congiunture regionali, l'Istituto Tagliacarne fornisce assistenza alle unioni regionali delle camere di commercio per la revisione dei campioni di indagine, per la preparazione di indagini integrative in modo da realizzare un quadro omogeneo in tutte le regioni, per realizzare l'armonizzazione delle indagini congiunturali, per la realizzazione di indagini integrative come quella del IV trimestre 1999, interessante un grande numero di regioni;

3) indagine sull'adattamento delle piccole e medie imprese all'euro.
Nel 1999 l'Istituto Tagliacarne ha realizzato la terza edizione dell'indagine sull'avvicinamento delle imprese all'uso dell'euro, basandosi su interviste per un campione di 1.500 imprese. L'Istituto avvalendosi della collaborazione delle camere di commercio italiane all'estero, sta curando la raccolta e l'organizzazione delle informazioni su aree di affari esistenti nei principali paesi partner dell'Italia;

4) osservatori economici locali.
L'accresciuta domanda di informazioni sulle economie locali ha costituito la causa per la fondazione di osservatori, gestiti dallo stesso istituto che ammontano ormai a 30;

5) atlante sulla competitività delle province.
Nel 1999 l'istituto Tagliacarne ha aggiornato le informazioni contenute nella prima versione dell'atlante della competitività delle province.
Si tratta di una ricerca su 103 economie locali italiane, integrate da informazioni relative ai sistemi locali del lavoro e ai distretti industriali individuati dall'ISTAT.
I prodotti finali della ricerca sono risultati largamente apprezzati dai rappresentanti delle istituzioni locali interessate e da studiosi di economia;

6) stima del valore aggiunto e degli investimenti a livello regionale.
Si tratta di una stima del valore aggiunto al costo dei fattori, a prezzi costanti e correnti per il periodo 1995 – 1998 effettuata considerando i processi di revisione della contabilità regionale, per i settori dell'agricoltura, dell'industria manifatturiera, delle costruzioni, del commercio, degli alberghi e dei pubblici esercizi. L'Istituto predetto ha provveduto anche a stimare l'aggregato degli investimenti fissi al lordo degli ammortamenti;

7) stima provinciale del valore aggiunto.
La stima del valore aggiunto al costo dei fattori a livello provinciale, realizzata dall'istituto per conto di Unioncamere rappresenta un'attività di studio tradizionale. Detta stima rappresenta un contributo originale all'informazione statistica del sistema camerale ed oggi rappresenta un elemento di fondamentale importanza nel procedimento di ripartizione dei seggi del consiglio camerale tra i vari settori economici.

Per quanto riguarda la formazione, l'Istituto G. Tagliacarne, scuola del sistema camerale, progetta ed organizza annualmente attività di formazione per il personale delle Camere di Commercio.
In particolare, le attività formative svolte dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne sono costituite da due tipologie:

a. le attività progettate nel *Programma di formazione continua* annuale;
b. le attività di *formazione personalizzata* nate con l'intento di offrire ulteriori servizi formativi in risposta ad esigenze specifiche manifestate dai singoli Enti.

L'attività formativa dell'Istituto ha avuto l'obiettivo di supportare il management camerale nel conseguimento degli obiettivi strategici degli enti camerali mediante una offerta sulle tematiche del decentramento e della semplificazione. La formazione continua è stata inoltre articolata per aree tematiche chiaramente individuabili (Amministrativa, Contabile, Promozionale, e Ricerca economica) e ha mirato a fornire una qualificata risposta all'esigenza di investire sulle competenze specialistiche e sullo sviluppo delle professionalità della rete camerale, favorendo processi di crescita culturale e di approfondimento sui contenuti delle singole funzioni di attività degli enti.

Di seguito sono riportati i dati inerenti l'attività formativa realizzata dall'Istituto negli anni 1998-1999:

Anni	**1998**	**1999**
Corsi	*127*	*222*
Giornate	*133*	*256*
Partecipanti	*2950*	*3109*

In risposta a bandi della Funzione Pubblica, l'Istituto negli anni '98-'99 ha gestito **8** programmi PASS II annualità, a favore delle amministrazioni regionali, provinciali e comunali, sull'utilizzo dei fondi strutturali, sui servizi alle imprese e su progetti di sviluppo economico territoriale.

In particolare si sono realizzati:

a. Programma ELENET nelle Regioni Calabria, Basilicata, Molise Sannio. Hanno partecipato al programma 151 Enti con 356 funzionari;
b. Programma Sistema camerale nel mezzogiorno. Hanno partecipato al programma 58 Enti camerali con 81 partecipanti;
c. Programma Cabine di Regia (Ministero del tesoro, bilancio e programmazione economica) - Regioni obiettivo 1. Hanno partecipato al programma 17 amministrazioni centrali, 6 regioni, 135 enti locali con 603 funzionari;
d. Programma promozione dello sviluppo per i Patti territoriali di Cosenza, Crotone e del Matese. Hanno partecipato al programma 148 enti con 338 funzionari coinvolti in attività formative.

L'Istituto G. Tagliacarne è inoltre, insieme alla Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione, al Formez e al Gruppo di lavoro tecnico delle Regioni e delle Provincie Autonome, uno dei quattro soggetti che redigono il "Rapporto annuale sulla formazione della Pubblica Amministrazione" giunto alla sua 4° edizione.

A fine del 1999 l'Unioncamere ha costituito nel proprio seno un Comitato studi e ciò pone problemi di sovrapposizione di compiti e di eccessivo dispendio di risorse.

9.4 – L'analisi delle tendenze dei prezzi.

Nell'ambito dell'Unioncamere opera, ormai da diversi, anni un osservatorio dei prezzi alla produzione che fa capo a INDIS. Detto Istituto ha il compito di raccogliere i dati

provenienti dalle imprese della distribuzione organizzata elaborando previsioni sull'andamento del costo della vita.

Le suddette elaborazioni hanno costituito efficaci anticipazioni sull'andamento del fenomeno inflattivo.

Spesso l'analisi sull'andamento dei prezzi viene condotta nel dettaglio delle singole filiere produttive.

I risultati acquisiti da INDIS costituiscono la base dei lavori dell'osservatorio ministeriale.

Per raggiungere una migliore valorizzazione delle proprie elaborazioni INDIS pubblica in collaborazione con IIRS il bollettino bimestrale "Tendenze dei prezzi". Tale bollettino, che viene tirato in poco meno di 5.000 copie, viene distribuito tra le imprese commerciali, le imprese di produzione, le banche e, ovviamente, le camere di commercio.

Detto bollettino ha assunto la rilevanza come principale pubblicazione di monitoraggio del fenomeno inflattivo nel nostro paese.

9.5 – Osservatorio delle tariffe e dell'inflazione al consumo.

Lo stesso osservatorio di monitoraggio del fenomeno inflattivo alla produzione si applica all'analisi delle dinamiche dei prezzi al consumo, con una disaggregazione a livello di 20 comuni capoluoghi di regione.

Attraverso le predette ricerche INDIS ha registrato fenomeni socio – economici, di cui prima non si possedeva nozione come ad esempio, che i prezzi appaiono crescere relativamente più a Nord che a Sud, più nelle grandi città che nei piccoli centri. Si è rilevato inoltre che esiste una relazione fra entità dell'inflazione e dispersione dei tassi di crescita delle città intorno alla media nazionale. Sarebbe a dire, in altre parole, che in località che registrano elevata inflazione si tende a produrre ulteriore elevata inflazione; viceversa, nelle aree a più limitata inflazione si tende a produrre un'inflazione ridotta.

9.6 – Indice della borsa verde.

Si tratta di un centro di rilevazione dei prezzi all'ingrosso da parte delle camere di commercio. In tale contesto l'INDIS ha provveduto alla costruzione di indici camerali dei prezzi all'ingrosso dei prodotti alimentari finali. L'iniziativa riguarda 6 camere di commercio.

Capitolo 10 – Il marketing delle camere di commercio e la comunicazione.

10.1 – Biblioteche e centri di documentazione.

Il sistema camerale dispone di biblioteche e centri di documentazione che spesso raggiungono livelli di pregevole contenuto. Inoltre, è entrata nell'uso corrente l'offerta di servizi di documentazione diversificati, che vanno oltre la consultazione di pubblicazioni, come l'esame di banche – dati on-line o su CD o l'immissione delle risorse sulla rete Internet.

Le biblioteche camerali informatizzate sono 36 e quelle che intendono informatizzarsi sono circa 20.

La biblioteca della camera di commercio di Torino fa parte del servizio bibliotecario nazionale.

Le camere di commercio dedicano attenzione alle biblioteche dotandole di personale e professionalizzando lo stesso con specifici corsi di aggiornamento.

Unioncamere, allo scopo di valorizzare l'accesso al patrimonio informativo camerale, ha realizzato un sito Internet che presenta un quadro d'insieme di tutti i servizi.

Sicuramente il patrimonio archivistico delle camere di commercio presenta la necessità di completare il riordinamento e soprattutto in numerosi casi di funzionamento, necessita di acquisire forza e visibilità attraverso servizi qualificati.

Il patrimonio nelle biblioteche camerali ammonta nel 1999 a 817.000 volumi e 10.300 riviste. Gli utenti si aggirano intorno alle 92.000 unità per anno.

Il personale dedicato a questo servizio è pari a 111 unità; 1,5 addetti per biblioteca.

10.2 – Gli archivi camerali.

Mediamente, ad ogni camera di commercio pervengono ogni anno circa 35.000 documenti. Gli archivi sono ordinati e gestiti attraverso il titolario emanato con circolare Minindutria n. 3358/C del 23.1.1995. Recentemente detto titolario è stato aggiornato.

Il personale addetto al servizio protocollo e archivio ammonta a 240 unità circa. 61 camere di commercio su 102 utilizzano un sistema automatizzato di protocollazione.

10.3 – Gli archivi storici.

Una parte delle camere di commercio (40) ha istituito la sezione separata d'archivio mentre 46 camere di commercio presentano una fase di riordino. Lo stato di conservazione del materiale archivistico viene ritenuto soddisfacente per 57 camere di commercio. L'organizzazione di una sezione dedicata all'archivio storico presenta obiettive difficoltà, a cominciare da quella della disponibilità di spazio e di personale.

Anche su impulso di Unioncamere, molti enti hanno iniziato il processo di costituzione della sezione separata degli archivi storici.

10.4 – Mediacamere e la comunicazione.

Nell'ambito di Unioncamere, nel 1999 si è proceduto ad una piano di rilancio della società Mediacamere costituita per la valorizzazione dell'immagine del sistema camerale, attraverso servizi di comunicazione, informazione e promozione. Il tutto realizzabile anche con l'utilizzo di nuove tecnologie.

Mediacamere si propone di sviluppare alcuni prodotti – servizi, a supporto delle operazioni promozionali e di comunicazione delle camere di commercio.

Le linee di produzione riguardano essenzialmente i seguenti settori di mercato:

1) la promozione e la pubblicità dei servizi camerali;
2) l'ideazione, il supporto e l'organizzazione di manifestazioni (fiere e convegni) per conto di Unioncamere e camere di commercio;
3) l'editoria attraverso la pubblicazione delle riviste "Per l'impresa", "Istituzioni" e "Euroistituzioni";
4) Mediacam, agenzia di stampa del sistema camerale italiano;
5) marketing territoriale, attraverso la predisposizione di progetti specifici di promozione del territorio per le camere di commercio;

6) progetti speciali attraverso l'ideazione, la proposta e la realizzazione di prodotti di ricerca, comunicazione e promozione dei fatti, dati e progetti di rilevanza strategica per il sistema camerale.

10.5 – "Per l'Impresa", "Istituzioni per l'Impresa" e "Euroistituzioni".

Nel 1999 sono stati realizzati 22 numeri di "Per l'Impresa", con oltre mille articoli, che hanno toccato circa l'85% dei sistemi camerali.

"Per l'Impresa" ha consolidato quattro linee di lavoro:

1) ha evidenziato la sua appartenenza al sistema camerale;
2) ha rafforzato la funzione di collegamento del sistema camerale;
3) ha accentuato la capacità di analisi e di approfondimento di temi ed esperienze;
4) ha ribadito la sua destinazione alla progettualità e all'operatività camerale.

"Istituzioni per l'Impresa" è un mensile, in grado di ospitare i contributi di alcuni tra i principali protagonisti della vita politica ed economica nazionale e che si è rivelato un prezioso strumento di consultazione e di accompagnamento nella vasta opera di decentramento amministrativo, attivato dalla legge n. 59/1997.

"Euroistituzioni" è nata con lo scopo di valorizzare il sistema camerale italiano ed europeo nel processo comunitario di integrazione.

Capitolo 11 – Il sistema camerale e la promozione dell'economia.

In questa parte della relazione viene affrontato, anche se in modo sintetico per evidenti motivi di spazio, l'argomento dell'attività del sistema camerale in favore della promozione.

Si tratta dell'altra faccia della medaglia del sistema: la parte più qualificante dell'intervento camerale per il quale la legge di riforma ha chiamato ad amministrare gli enti imprenditori ed esperti.

Non è agevole parlare dell'attività in favore dell'economia del sistema camerale, poiché ci si trova di fronte ad una casistica molto ampia di modalità di intervento, di difficile classificazione e di sintesi.

Mentre nel passato, per le più limitate disponibilità finanziarie dei bilanci camerali e per la pregnante opera di vigilanza del Ministero si potevano individuare filoni di intervento abbastanza comuni al sistema camerale, più recentemente ma già a partire dai primi anni '90 per acuirsi negli ultimi anni del decennio, si è assistito ad una vasta e diffusa diversificazione delle iniziative e anche ad un decentramento delle stesse verso le aziende speciali quando non addirittura alle organizzazioni rappresentative delle imprese e loro società di servizi.

Nel periodo di riferimento le spese promozionali del sistema camerale sono passate da L. 683 miliardi (1998) a L. 762 miliardi (1999). Tali ammontari sono costituiti dalla somme delle imputazioni di spesa di cui al titolo I: cat. 2 "interventi di promozione economica", capitolo 2101 (quote associative organismi del sistema camerale), capitolo 2102 (iniziative di promozione economica ed informazione) e categoria 5 "immobilizzazioni finanziarie".

Tav. 11 – Spese promozionali sistema camerale; esercizi 1998 – 1999.

Voce di spesa	Importi L.	% della spesa (1)

	1998	1999	1998	1999
Titolo I:				
Cat. 2ª Interventi prom.ne ecc.				
cap. 2101 – Quote assoc.ve organi s.c.	156.642.830.827	161.293.283.830	5,44	5,20
cap. 2102 – Iniziative prom.ne economica e inf.ve	444.564.774.140	457.675.733.536	15,50	14,74
Cat. 5ª – Immobilizzazioni finanziarie	73.483.480.032	142.936.574.175	2,76	4,60
TOTALE	682.691.080.000	761.905.590.000	23,70	24,54
(1) Con esclusione del tito. IV "Spese per servizi conto terzi"				

Si richiama l'attenzione sulla incidenza della spesa per interventi di promozione economica per immobilizzazioni finanziarie sul totale della spesa corrente. Tale incidenza, nel periodo, passa dal 23,70% al 24,54%.

In termini assoluti, il flusso finanziario di cui sopra non risulta di rilevante dimensione di fronte all'impegno necessario per orientare una economia provinciale. Il fenomeno più delicato che si può evidenziare esaminando i rendiconti delle singole camere di commercio, è rappresentato dalla difformità di situazioni fra un ente camerale e l'altro. Si pensi che, circa un decimo delle spese promozionali di tutto il sistema camerale riguarda la sola camera di commercio di Milano. All'opposto, si individuano numerose camere di commercio, specialmente nelle aree meridionali del paese, nei cui bilanci le spese per interventi promozionali e per immobilizzazioni finanziarie, si presentano nell'ordine di poche centinaia di milioni.

Si ritiene opportuno riferire comunque alcuni dati in merito alle forme più tradizionali di promozione assunti dalle camere di commercio.

Nel periodo di riferimento il sistema camerale ha organizzato oltre 400 fiere e mostre, nonché missioni e visite guidate. Si può notare che l'attività si va spostando verso iniziative aventi respiro nazionale e anche internazionale.

Il settore merceologico più valorizzato risulta quello agroalimentare.

Gli enti camerali partecipano a 57 consorzi per la promozione di prodotti locali, di cui 29 nel settore agroalimentare. Hanno investito circa 150 miliardi all'anno in infrastrutture per la commercializzazione.

Il sistema camerale gestisce 52 fra Borse merci e sale contrattazioni. Il settore, però, è in rapida evoluzione con la ricerca di soluzioni tipo Borse telematiche. Il sistema camerale è notevolmente impegnato nella certificazione di qualità di alcuni prodotti a denominazione di origine come i vini e gli oli vergini e extra – vergini di oliva.

11.1 – Il turismo.

Il sistema camerale rivolge molta attenzione al predetto settore di attività economica attraverso interventi infrastrutturali a supporto dello sviluppo e interventi per la produzione di materiale promozionale. Gli interventi del primo tipo hanno visto circa 80 camere di commercio interessarsi al settore turismo o in modo diretto o attraverso aziende speciali. 40 camere di commercio hanno promosso investimenti per lo sviluppo di infrastrutture turistiche. Mediamente circa 50 camere concedono finanziamenti per la valorizzazione del territorio. Una camera di commercio su due concede finanziamenti per la valorizzazione del territorio e per il patrimonio artistico e, comunque, produce materiale promozionale a carattere turistico.

Molte sono le camere di commercio che partecipano a manifestazioni fieristiche come le Borse turistiche e organizzano convegni, seminari e meeting con operatori stranieri.

11.2 – Assonautica.

Sempre in ambito di incentivi al turismo, l'Unione italiana delle camere di commercio gestisce l'associazione per la nautica da diporto "Assonautica".

Il compito di questo organismo consiste nell'aggregare ed espandere tutte le realtà locali interessate al settore in questione. Assonautica partecipa o comunque promuove organismi che assicurano la vigilanza costiera, l'assistenza sul mare e soprattutto tiene rapporti con i competenti organi di governo, le capitanerie di porto e gli enti regione, allo scopo di armonizzare le iniziative in favore del turismo nautico. Assonautica ha prospettato disegni di legge indispensabili per un riordino del settore, nella prospettiva di un suo sicuro sviluppo. Assonautica è anche impegnata verso le singole camere di commercio in una fattiva collaborazione in tutte le iniziative attinenti il settore della navigazione.

11.3 – Ulteriori iniziative del sistema camerale e lo sviluppo delle camere di commercio.

E' necessario, nel concludere questo capitolo, richiamare alcune iniziative del sistema aventi valenza operativa nazionale come Agroqualità, una società per la certificazione dei prodotti e dei sistemi di qualità del settore agroalimentare; la sezione italiana del Clam, un organismo costituito per l'approntamento di suggerimenti e proposte ai competenti organi, riguardanti organizzazioni del mercato agrumario del bacino del Mediterraneo; l'organo nazionale di collegamento per la floricoltura e il vivaismo: si tratta di un organismo a cui aderiscono le camere di commercio delle province a vocazione floricola e vivaistica, nato per coordinare l'attività delle camere di commercio in materia di iniziative in favore delle imprese e di proposte di norme in favore del settore.

Capitolo 12 – L'azione delle camere di commercio in materia di finanza e di credito.

Il rapporto in sede provinciale fra le camere di commercio e gli istituti creditizi appare, ovunque, molto stretto e funzionale a forme indispensabili di sinergia. Per suo conto, il sistema bancario ha visto, soprattutto in questo ultimo decennio, una profonda trasformazione, con riduzione degli istituti, per fusioni, acquisizioni, e apporti, con la moltiplicazione dei prodotti offerti, sia in proprio che di terzi.

Le camere di commercio in questo contesto hanno trovato una più facile strada per promuovere sul territorio, iniziative finalizzate soprattutto nel settore del credito tradizionale. Le camere di commercio si sono attivate sui temi della informazione, dell'assistenza alle

imprese per il tramite del sistema associativo e coordinamento degli interventi di politica finanziaria locale. Molte camere di commercio hanno avvertito la necessità di istituire nella propria organizzazione un ufficio specificamente destinato al settore della finanza e del credito.

Nel vasto panorama nazionale le modalità di approccio rappresentano una casistica quanto mai articolata. Si può osservare, per brevità, che gli enti camerali erogano servizi di consulenza finanziaria, organizzano attività di promozione, osservano iniziative di formazione per le imprese, di pubblicazione di bollettini informativi, ecc. Si passa, quindi, alle forme ricorrenti di erogazione di contributi ai consorzi collettivi garanzia fidi e, all'erogazione di contributi o crediti agevolati alle imprese. Per queste ultime due azioni, il sistema camerale investe complessivamente circa cinquanta miliardi all'anno.

Un gruppo consistente di camere di commercio (22 nel 1999) ha messo a punto una banca dati finalizzata alla realizzazione di appositi sportelli di informazione per il credito e la finanza. Il progetto è stato finanziato tramite un contributo a valere sul fondo perequativo, a dimostrazione dell'utilità di detto istituto.

Le camere di commercio sono, quasi ovunque, impegnate in interventi a favore dei consorzi di garanzia, contribuendo, molto spesso, all'impinguamento dei fondi rischi.

Nel 1999 sono stati erogati contributi a detti fondi, da parte del sistema camerale, per un ammontare di circa 37 miliardi. Nello stesso anno, ben 450.000 imprese hanno ottenuto affidamenti, garantiti dai consorzi, per oltre 9.000 miliardi di lire.

Non va dimenticata, in questo paragrafo, la presenza delle camere di commercio negli organi statutari degli istituti bancari.

Le camere di commercio sono state sovente chiamate a partecipare alla composizione di organi statutari in società di fondazione bancaria. Oltre 100 rappresentanti del sistema camerale fanno parte di organi statutari delle S.p.A. bancarie e delle fondazioni. Fatto saliente è che la rappresentanza camerale insiste soprattutto nelle fondazioni bancarie di primaria importanza.

12.1 – L'introduzione dell'euro.

L'operazione di introduzione della moneta unica ha trovato nel sistema camerale un fertile terreno. Già dal 1998 numerose sono state le iniziative di informazione e di formazione tendenti a dimostrare al sistema imprenditoriale che l'euro costituiva un vantaggio per l'economia poiché introduceva un meccanismo di stabilità sui cambi che avrebbe facilitato gli scambi, soprattutto, intracomunitari. Le camere di commercio hanno svolto un'incisiva azione nel coordinare e sostenere l'attività dei comitati provinciali euro. Spesso le camere di commercio hanno partecipato ad azioni dimostrative dell'uso dell'euro, anche con forme di simulazione.

Ben 93 camere di commercio, nel 1999, hanno realizzato iniziative in favore dell'euro utilizzando il progetto, cofinanziato dall'U.E., denominato Eurologo.

Il sistema camerale ha svolto un'indagine, in collaborazione con il Ministero del Tesoro, tendente ad accertare il livello di adeguamento delle imprese alla nuova moneta. In tal senso sono state svolte interessanti iniziative, formative per le imprese, anche sulla base di accordi intervenuti con l'ordine nazionale dei dottori commercialisti e con il collegio dei ragionieri.

Capitolo 13 – L'attività formativa delle camere di commercio in favore delle imprese.

L'argomento si presenta assai complesso da esaminare. Trenta camere di commercio dispongono di uffici specializzati per la formazione e, inoltre, ben 45 aziende speciali sono deputate alla formazione. Nel 1999, utilizzando i dati più recenti, il sistema camerale ha organizzato circa 4.600 fra corsi e seminari, a cui hanno partecipato oltre 75.000 persone: imprenditori, aspiranti imprenditori e collaboratori.

L'attività formativa viene svolta in circa 130 sedi. La formazione camerale si è presentata particolarmente appagante sul versante degli esiti occupazionali dimostrando un ottimo collegamento fra tipo di formazione e occupazione.

In campo formativo, le aziende speciali risultano strumenti più adeguati degli uffici camerali specializzati. Complessivamente il sistema camerale svolge formazione a livello sovraprovinciale, anche per collegamenti con organismi finanziatori come le regioni o i ministeri.

A livello nazionale le iniziative formative sono coordinate da Unioncamere e tale coordinamento riguarda il 25% di tutti gli interventi formativi dell'intero sistema.

Nell'attività formativa sono privilegiate tre aree principali: 1) innovazione e sviluppo; 2) processi di internazionalizzazione; 3) imprenditorialità diffusa.

Importante è stato il rapporto fra sistema camerale e comunità economica, soprattutto per il copioso attingimento ai finanziamenti del fondo sociale europeo. Nell'ultimo decennio sono stati attinti finanziamenti dal programma strategico multinazionale "formazione e impresa", quindi, dal quadro comunitario di sostegno e solo recentemente è stata avviata l'iniziativa "formazione per il sostegno alle piccole e medie imprese – Forsi – ", che ha ottenuto un finanziamento del Fondo sociale europeo e del Fondo nazionale di dotazione. Con il progetto "Forsi" sono state attivate circa cento iniziative corsuali da parte di 31 camere di commercio. Il predetto progetto adeguandosi anche agli obiettivi del documento di programmazione economico – finanziaria, si muove su quattro aree tematiche: 1) imprenditorialità diffusa; 2) innovazione e sviluppo; 3) processi di internazionalizzazione dei mercati; 4) nuovi bacini ad elevato potenziale occupazionale.

Nel contesto del capitolo sulla formazione è opportuno richiamare il progetto CAMPUS – Unioncamere. Detto progetto, anche ad opera di Unioncamere, è stato diviso in due sottoprogetti, di cui uno con carattere più spiccatamente accademico, coordinato dalla Conferenza Rettori Università Italiane (CRUI) e l'altro caratterizzato da uno stretto collegamento con il mondo delle imprese, gestito da Unioncamere con la partecipazione finanziaria delle camere di commercio.

Il progetto CAMPUS si è concluso nel 2001. La metodologia di intervento prevede l'interessamento ai corsi di circa 60 diplomi universitari. Il sistema camerale segue la formazione degli studenti del secondo e del terzo anno, procurando stages aziendali di rilevante durata, 400 – 500 ore.

In generale, è opportuno segnalare l'importante attività di coordinamento, monitoraggio, controllo qualità e verifica svolta da Unioncamere, che ha assunto a livello nazionale, la funzione di organo di coordinamento complessivo delle iniziative formative, messe in atto dal sistema camerale e cofinanziate da Fondi comunitari.

Unioncamere ha anche, alla fine degli anni 90, provveduto all'approntamento di orientamenti e linee di tendenza che dovranno caratterizzare l'impegno del sistema camerale nell'attività di formazione; in tal senso Unioncamere sta svolgendo un'apprezzabile opera, con la quale il sistema camerale, impegnato nella formazione, può risultare più efficiente ed efficace.

13.1 – L'attività di Assefor Camere.

Il sistema camerale dispone di un organo associativo "Assefor Camere", una società consortile per la promozione, l'assistenza e la formazione. La missione di Assefor Camere consiste nel fornire sostegno alle Camere socie, per lo sviluppo dell'imprenditorialità, del lavoro e della formazione, nello svolgere azioni dirette a supporto degli amministratori camerali, nello svolgere attività di collaborazione alle iniziative formative delle camere di commercio e delle loro aziende speciali, nell'intervenire con azioni di supporto alle camere di commercio e alle loro aziende speciali per favorire l'azione di consolidamento dell'imprenditoria.

Capitolo 14 – I servizi camerali per l'innovazione nelle piccole e medie imprese.

La serie di azioni del sistema camerale in favore delle piccole e medie imprese, deve tener conto anche di ulteriori forme di supporto, quali i laboratori di analisi, alcune aziende speciali, progetti e programmi aventi scopi specializzati, ecc.

Si ritiene opportuno considerare, tralasciando purtroppo di parlare per brevità di altre infrastrutture della rete, i laboratori camerali, che forniscono una preziosa attività nell'ambito della innovazione e della qualità.

Il sistema camerale possiede 32 laboratori chimico – merceologici, dei quali 16 accreditati nel biennio 1998 – 99. I laboratori chimico – merceologici sono orientati in gran parte verso prodotti agro-alimentari e quindi, alcuni risultano specializzati per prodotti industriali.

L'insieme dei laboratori ha beneficiato dell'azione di coordinamento di Unioncamere, che ha favorito il collegamento con SINAL e SINCERT, ha sottoscritto l'accordo quadro con UNI per favorire la costituzione di sportelli camerali per la diffusione della normativa tecnica e della qualità.

La carenza di laboratori, soprattutto nel mezzogiorno è stata colmata mediante il progetto LAB, che ha permesso l'apertura di 8 – 9 laboratori nel mezzogiorno.

Detto progetto beneficiava dell'intervento comunitario. Sempre grazie all'attività di Unioncamere i laboratori sono stati collegati con una rete e sono collocati in siti nella rete web. Per ogni laboratorio, in detti siti, si dispone di banche dati, di informazioni di base, di aree operative di prova, di tipi di prove effettuate e documentazione tecnica sulle metodiche.

Intorno alla rete di laboratori si è svolta una intensa attività, riguardante gli stessi laboratori e la loro razionalizzazione, nonché le imprese. A questo proposito si ricordano lo svolgimento di work – shop tecnici, i corsi per valutatori dei sistemi di qualità, ecc.

14.1 – La società consortile DINTEC.

Si tratta di una società promossa fra Unioncamere ed Enea avente per scopo la raccolta, la diffusione della normativa tecnica e la promozione della cultura, della certificazione e della qualità.

I prodotti e i servizi di DINTEC riguardano le piccole e medie imprese, alle quali pervengono attraverso i presidi del sistema camerale sparsi sul territorio e attraverso l'Enea. DINTEC svolge la sua opera attraverso iniziative quali:

1) mantenimento del progetto della rete degli sportelli informativi ad indirizzo tecnologico;
2) il progetto di normativa tecnica, sistemi qualità e certificazione per le imprese;
3) assistenza tecnica in materia di brevetti e uffici metrici;
4) servizi in favore della rete dei laboratori;
5) divulgazione del regolamento ENAS;

6) attività di consulenza per la certificazione e l'accreditamento di strutture del sistema camerale.

PARTE SPECIALE

Capitolo 1 – Il contenuto della "Parte speciale".

Nella "Parte speciale" della presente relazione si è ritenuto opportuno operare un esame e una sintesi del materiale rimesso al Ministero da parte delle Amministrazioni regionali.

Come è noto l'art. 37 prevede l'intervento delle Regioni nella predisposizione della relazione al Parlamento. La relazione finale, a cura del Ministero, deve essere predisposta sulla base di relazioni regionali elaborate anche con l'apporto delle Unioni regionali delle camere di commercio.

Il meccanismo è risultato complesso e non ha fornito nei tempi utili gli effetti sperati. Quasi la metà delle Regioni, a luglio 2001 non aveva ancora rimesso la relazione relativa all'esercizio 1998, tanto che lo scrivente Ministero ha ritenuto opportuno sintetizzare l'andamento del sistema camerale per i due esercizi 1998 e 1999.

Intanto, però, il sistema camerale è stato investito da correnti di profonda trasformazione, al pari di tutto il comparto della p.a.

Le camere di commercio si sono trovate, per una serie di disposizioni di legge, sul crinale indefinito di un'autonomia funzionale che ha trovato definizione solo sulla citata sentenza della Corte Costituzionale, ma non ha trovato conferma nelle proposte di modificazione della carta costituzionale rimanendo così nuovamente enti di rappresentanza di interessi diffusi dell'economia.

Una sintesi viene ora redatta dallo scrivente Ministero, procedendo Regione per Regione, ritenendo che un quadro generale del sistema sia ricavabile dalla lettura della Parte Generale che è stata elaborata sulla base che banche dati disponibili presso il Ministero, l'Unione italiana delle camere di commercio, Infocamere, ecc.

Capitolo 2 – Le relazioni regionali.

Regione Piemonte.

La Regione Piemonte ha rimesso la propria relazione quale allegato alla nota n. 4651/17.6 del 4.4.2001.

La relazione si apre con una premessa nella quale il dirigente regionale prende atto della diffusa presenza sul territorio del sistema camerale, che risulta impegnato su più fronti in aderenza alle funzioni assegnate dalla legge.

Viene sottolineata in particolare l'attività del sistema rivolta alla internazionalizzazione e alla innovazione del tessuto produttivo. Si riconosce che le attività intraprese dalle camere di commercio sono svolte in stretta collaborazione con le istituzioni locali (Regione, province, Enti locali), le associazioni di categoria e infine con il centro commercio estero della Regione e l'Unioncamere Piemonte.

La relazione prende in considerazione gli esercizi 1998 – 1999. Essa è realizzata in modo sintetico per tutta la Regione e pertanto la visione del sistema camerale ne risulta resa con maggiore efficacia.

Il sistema camerale piemontese risulta organizzato sul territorio come segue:

Sedi principali	8
Sedi distaccate	14
Aziende speciali	8
Borse merci e sale contr.ne	5
Eurosportelli	2
Commissioni concil.ne	8
Laboratori chimico-merc.	2
Depositi e mg.	1
Camere arbitrali	1
Società e consorzi	187

Nella trattazione della materia, come del resto è stato fatto per le altre regioni, verranno trascurati i servizi generali, quelli amministrativi anagrafici per concentrare l'attenzione sui servizi promozionali.

Per dare un'idea della dimensione dell'economia piemontese è utile riferire che al 31.12.1998 risultavano iscritte al Registro imprese "regionali" n. 434.641 imprese che sono divenute 440.793 nel 1999 con un aumento dell'1,4%. Si è avuto un saldo negativo solo ad Asti e a Cuneo.

Passando dal 1998 al 1999 si registra una diminuzione del 22% delle visure e certificati rilasciati dall'ufficio del Registro imprese, come conseguenza dell'applicazione delle norme sulla semplificazione amministrativa.

Le imprese iscritte all'Albo artigiani ammontano (1998) a 122.681 per tutta la Regione per passare a 124.687 nel 1999.

1) Servizi promozionali.

La Regione Piemonte osserva che nell'ambito delle proprie funzioni istituzionali le camere offrono un'ampia gamma di servizi alle imprese utili sia sul mercato interno come su quello estero.

1.1) Internazionalizzazione e promozione estera.

Le camere hanno aderito, nel 1999, al progetto proposto da Unioncamere e centro estero piemontese consistente nella istituzione di uno sportello per la internazionalizzazione che consiste nella creazione di un punto di riferimento unico in materia di internazionalizzazione per le imprese operanti con l'estero.

Tale sportello esplica le seguenti forme di attività:

- Informazione di base
- Assistenza alla ricerca di partner commerciali, produttivi, tecnologici all'estero
- Documentazione, informazione e assistenza all'uso di leggi e programmi regionali, nazionali e comunitari finalizzati al finanziamento di investimenti per lo sviluppo dell'impresa, l'assicurazione e il finanziamento dei crediti, la partecipazione a gare internazionali, finanziamenti per programmi di penetrazione commerciale, ecc.
- Organizzazione di seminari, convegni, corsi sui temi relativi alla internazionalizzazione
- Organizzazione di incontri tra imprese, anche singole, e le istituzioni nazionali preposte alla internazionalizzazione (SACE, SIMEST, ICE)
- Organizzazione in collaborazione con centro estero di incontri aziendali, missioni e fiere nei paesi di maggior interesse.

L'impegno finanziario del sistema camerale piemontese per l'internazionalizzazione e la promozione estera è ammontato a L. 2,070 mld. nel 1998 e a L. 3,162 mld. nel 1999. L'impegno più importante riguarda la camera di commercio di Torino.

1.2) L'Eurosportello di Cuneo.

La camera di Cuneo possiede un servizio di Eurosportello che continua a fornire assistenza alle p.m.i. presentando tutte le concrete opportunità di finanziamenti e agevolazioni derivanti da Fondi Strutturali dell'U.E. Viene fornito, inoltre, materiale legislativo europeo concernente direttive e regolamenti per la armonizzazione degli scambi fra i paesi dell'U.E. Si sono rese disponibili banche dati per la libera offerta o ricerca di collaborazione di lavoro, avvio attività all'estero o fornitura di merci. Si è reso possibile consultare gli strumenti BRE, VANS e BCNET e tutto ciò ha portato a suscitare contatti imprenditoriali (circa 60) con garanzia di riscontro e sviluppo.

Inoltre l'Eurosportello utilizza banche dati quali SINODO in materia di normativa doganale, SDOE con circa 600 operatori con l'estero, CELEX che fornisce tutta la legislazione comunitaria.

L'Eurosportello organizza incontri europei di partenariato con le p.m.i.

Nel 1998 Eurosportello ha registrato 350 nuove richieste di informazioni regolarmente evase in aggiunta a 150 richieste già avviate in precedenza.

1.3) Euro Info Centre.

Questo servizio è localizzato nella Camera di Torino. I servizi sono in parte simili a quelli dell'Eurosportello. Particolare importanza viene conferita alla promozione degli incontri d'europartenariato e in genere alla cooperazione transnazionale.

1.4) Informazione, formazione e promozione.

Si tratta dell'attività più qualificante riguardo alla promozione interna. L'informazione riguarda ancora i provvedimenti legislativi dell'U.E. nonché quelli nazionali e regionali. Presso tutte le camere sono attivi gli sportelli (con vari nomi come Nuovimpresa, Creaimpresa, ecc.) che svolgono il compito di orientare l'imprenditore nella scelta delle varie opportunità offerte in ambito europeo, nazionale e regionale. In sintesi, dalla lettura della relazione regionale, si evince che il servizio informativo, seppure presente in tutte le camere, viene svolto con una certa diversificazione soprattutto per quanto riguarda i servizi adottati.

L'impegno finanziario delle camere di commercio per l'attività cui si parla è stato pari a L. 305 mln. nel 1998 e L. 637 mln. nel 1999.

1.5) Ufficio organismi internazionali della CCIAA di Torino.

Il predetto ufficio, presente solo a Torino, ha il compito di fornire informazioni di possibili business nei paesi emergenti, offerte da progetti finanziati da Banche Multilaterali di Sviluppo. Un servizio del genere è presente solo nella camere di Torino e di Milano.

1.6) Innovazione e certificazione di qualità.

La diffusione dell'innovazione è uno dei moderni compiti delle camere di commercio.

L'obiettivo viene perseguito con la realizzazione di una serie di servizi direttamente rivolti alla imprenditoria locale, soprattutto con l'organizzazione di corsi e di convegni. Le iniziative sono volte ad accrescere il livello tecnologico delle imprese.

Sono stati previsti appositi strumenti per promuovere il miglioramento della efficienza e della competitività delle imprese attraverso l'adozione di sistemi di qualità aziendale le norme UNI-EN-ISO 9000.

Molte camere piemontesi nel 1999 hanno istituito il marchio di qualità alberghiera. Ben 323 alberghi (Cuneo, Vercelli, Asti) hanno aderito alla iniziativa ottenendo il marchio.

1.7) Ufficio Innovation Relay Centre.

Si tratta di un servizio di sportello, diffuso in Piemonte ma con sede centrale in Roma. Si occupa di internazionalizzazione delle imprese. Il progetto è finanziato dalla comunità economica. L'Ufficio centrale APRE si occupa di programmi europei di ricerca e dei finanziamenti destinati ad incentivare la ricerca. Fra la sede centrale dell'APRE e la camera di Torino è stata sottoscritta una convenzione (ormai scaduta il 27.3.2001) per merito della quale uno sportello fornisce assistenza sulla opportunità di finanziamento del programma europeo di R e S, organismi, convegni, seminari, ricerca partners in Italia e all'estero per la partecipazione di progetti europei.

1.8) Erogazione di contributi alle imprese.

Il sistema camerale piemontese ha intrapreso la strada della qualificazione nella erogazione di contributi alle aziende. Contributi vengono erogati alle imprese artigiane per l'assunzione di apprendisti e per l'ammodernamento dei laboratori, a sostegno della ricettività turistica, a favore di alberghi ed esercizi pubblici, oppure contributi per la riduzione dell'impatto ambientale o per migliorare l'igiene e la sicurezza nei luoghi di lavoro. Infine, contributi vengono erogati per la partecipazione a mostre e fiere. Alcune iniziative che godono del contributo camerale sono svolte direttamente dalle organizzazioni di categoria.

Le camere piemontesi hanno contribuito anche alla valorizzazione dei prodotti tipici locali con apposite iniziative.

Complessivamente, il sistema camerale, nel 1998 ha erogato contributi alle imprese per L. 2,028 mld. somma che balza a L. 4,775 mld. nel 1999.

1.9) Incentivi per il commercio e per il turismo.

Come è noto la legge 27 dicembre 1997, n. 449 ha disposto la concessione di un incentivo fiscale per il commercio e il turismo, sotto forma di credito d'imposta, pari al 20% delle spese per i commercianti che avessero effettuato investimenti in impianti e attrezzature, inerenti l'attività di vendita.

Sono ammissibili le spese relative all'acquisto di beni strumentali oggetto di ammortamento. Il credito di imposta può essere fatto valere ai fini IRPEF, IRPEG e IVA.

Le camere piemontesi, nel 1998, hanno accolto 3055 domande (su 3269 presentate) e nell'anno successivo sono state accolte 2.398 domande su 2.697 presentate. Sono stati erogati incentivi fiscali per L. 15,722 mld. nel 1998 e L. 16,012 mld. nel 1999.

Anche il disposto nell'art. 25 del D. Lgv. ha procurato alle camere una intensa attività. Si tratta della erogazione di un indennizzo ai commercianti che cessano l'attività dal 9.5.1998 al 8.5.2000. Gli enti sono incaricati della raccolta ed istruttoria delle domande. Nel periodo sono state presentate 650 domande, per tutta la regione delle quali accolte 618. L'incentivo totale erogato ammonta a L. 10,825 mld. con una media di L. 16,6 milioni per impresa cessata.

1.10) Servizi studi e statistica.

- Uffici studi e ricerca. Gli uffici studi operano singolarmente nell'ambito dell'ente camerale, oppure collaborano con l'Unione camerale, la quale occupa una posizione privilegiata quale osservatorio dell'economia.

L'Unione, avvalendosi della collaborazione degli uffici studi delle singole camere provvede alle seguenti edizioni di importanti documenti:

- "Piemonte congiuntura". Si tratta di un'analisi sulla congiuntura che, con cadenza trimestrale, viene svolta dalle singole camere. Le informazioni sono arricchite con i dati di "Promoteis" che riguardano la situazione italiana ed internazionale;
- "Piemonte in cifre". Nel 1999 è stata pubblicata la 7ª edizione che dà una versione generale della situazione socio-economica della regione. Detta pubblicazione contiene i principali indicatori economici, raccolti in serie storiche;
- "Import – export in Piemonte". Pubblicazione preparata in collaborazione con IRES – Piemonte. Riporta i dati disaggregati a livello provinciale sull'interscambio;
- "Principali società piemontesi". L'indagine ha utilizzato dati e informazioni già in possesso del sistema camerale.

I singoli uffici studi svolgono autonomamente attività di:

- pubblicazione di rapporti congiunturali;
- newsletter: bollettini informativi dell'attività camerale utili per imprese, associazioni di categoria, enti pubblici;
- realizzazione di cicli di conferenze stampa per presentazione dei dati relativi a singoli settori;
- attività di sensibilizzazione delle imprese alla introduzione dell'Euro;
- gestione del sito Internet delle camere.

1.11) Ufficio statistica.

Come accade ovunque, gli uffici statistici delle camere di commercio partecipano ad una serie di ricerche, di indagini, di censimenti tipici del sistema.

Una delle più impegnative ricerche è quella del progetto Excelsior, affrontata in collaborazione con il Ministero del Lavoro, l'U.E. e Unioncamere.

Altra indagine di rilievo è quella, eseguita per conto del Ministero dell'industria, riguardante i centri commerciali.

L'Ufficio statistica, all'inizio di ogni decennio risulta impegnato nel censimento generale ISTAT e in tale occasione si trasforma in Ufficio provinciale di censimento.

Nell'autunno 1999 è iniziata la I fase del 5° censimento generale dell'agricoltura (2000).

La camera di Torino in collaborazione con il gruppo di coordinamento statistico ha realizzato, nel 1999, uno studio sulla iscrizione dei cittadini stranieri nel Registro imprese.

Per il resto la competenza degli uffici statistica è analoga a quelle delle altre regioni sin ora esaminate.

Tuttavia nel caso del Piemonte gli uffici studi pubblicano molte statistiche relative agli adempimenti d'ufficio.

1.12) Regolazione del mercato.

In Piemonte esiste una sola Camera arbitrale al servizio delle 8 camere di commercio.

Si tratta di una organizzazione razionale sul piano dello sforzo organizzativo e della spese ed è pure una scelta opportuna considerato che al momento le camere arbitrali svolgono una attività molto limitata. Nel 1999 in tutto il Piemonte si sono avute solo 11 richieste di arbitrato delle quali 5 di tipo irrituale, 2 di tipo rituale e 5 di tipo rapido. Nel 1998 le richieste di arbitrato furono solo 10.

Per quanto riguarda le conciliazioni, invece, ogni camera di commercio ha ritenuto opportuno organizzare una propria convenzione. Nel 1999 le richieste di intervento conciliativo sono risultate, per tutto il territorio regionale, in numero di 82 delle quali, però, ben 59 competono la camera di Torino.

1.13) Sale contrattazioni, borse merci.

In Piemonte operano due sale contrattazioni (per i vini ad Asti e per i prodotti agricoli in generale a Novara) e due borse merci (per i risi a Vercelli e per i prodotti in generale a Torino). Per ognuna di dette sedi si registra nel tempo una perdita di importanza dimostrata dal progressivo ridursi del numero degli operatori frequentatori e per la contrazione del volume delle merci contrattate.

1.14) Progetti e fondo perequativo.

Nel 1999 il sistema delle camere di commercio ha presentato alla Unione italiana 32 progetti a valere sui contributi del fondo perequativo. Il costo riconosciuto ammissibile è risultato pari a L. 3.672 mld. ed il contributo del fondo perequativo ammonta a L. 1,233 mld.

I progetti trattano varie materie quali il decentramento dei servizi sul territorio, l'informazione statistica economica e turistica, il marketing territoriale, i progetti per prodotti tipici locali ecc.

Molti progetti sono presentati congiuntamente da più enti camerali poiché il problema è esteso al territorio di più province come nel caso del progetto di valorizzazione del riso.

1.15) Gestione finanziaria delle camere di commercio.

Negli esercizi di riferimento (1998 – 1999) il gettito del diritto annuale è stato pari a L. 90,821 mld. (su L. 99,797 mld. accertati) per il 1998 e pari a L. 91,188 mld. (su L. 100,806 mld. accertati) per il 1999. Gli indici di riscossione sono stati pari, rispettivamente, al 91,0% e 90,5%.

Le entrate correnti sono state pari rispettivamente a L. 146,531 mld. (1998) e L. 152,520 mld. (1999).

Le spese correnti sono state pari a L. 130,866 mld. (1998) e L. 152,520 mld. (1999).

Nella tabella che segue vengono esposte le entrate e le spese complessive del sistema camerale piemontese.

	1998 mld. di lire	1999 mld. di lire
Entrate	154,157	155,593
Spese	154,608	158,639
Avanzo/Disavanzo competenza	- 0,451	- 4,045

Un esame più approfondito delle numerose tabelle annesse alla relazione della Regione mette in evidenza, fra le altre cose che per brevità vengono omesse, la precaria situazione delle entrate (e per conseguenza delle spese) delle camere di commercio di nuova istituzione come Biella e Verbania e la conseguente procurata difficoltà alle camere di commercio scorporanti come Vercelli e Novara.

Come si può vedere, ancora, dalle tabelle riportate nella relazione della Regione gli impegni camerali in fatto di spesa per il sostegno delle iniziative promozionali, sono molto esigui. Prendendo ad esempio solo l'esercizio 1999 si può vedere come gli impegni per spese promozionali sono dell'ordine di L. 2,107 mld. per Biella, L. 2,389 mld. per Verbania, L. 3,534 mld. per Novara (che è risultata privata del territorio di Verbania) e di L. 1.965 mld. per Vercelli (che è risultata privata del territorio di Biella).

Queste nuove camere di commercio hanno comunque dovuto ricostituire l'organico con il risultato che le spese di funzionamento e quelle per il personale sono incrementate nel sistema a carico della quota di spesa per iniziative promozionali che scendono al di sotto della incidenza media delle altre camere di commercio.

1.16) Le aziende speciali.

Come si è già detto il sistema camerale piemontese si presenta con 8 aziende speciali non uniformemente diffuse fra le 8 camere di commercio.

Camera di commercio di Alessandria.

Dispone di ben tre aziende speciali: "Asperia" azienda speciale per la promozione economica, "ASFI" azienda speciale per la formazione delle imprese; "CERTOR" azienda speciale per la certificazione del titolo di metalli preziosi nei gioielli.

L'azienda "Asperia" svolge attività di formazione alle imprese, con particolare attenzione alle esigenze dell'imprenditore e suoi collaboratori e diviene strumento operativo ed esecutivo di iniziative decise dalla camera di commercio.

L'azienda "ASFI" si occupa di promozione di prodotti agricoli e alimentari nonché di promozione del turismo e del territorio e infine della promozione di servizi alle imprese.

La terza azienda speciale "CERTOR" non è ancora entrata in funzione. Si occuperà di certificazione del titolo dell'oro e dei metalli preziosi che compongono i gioielli.

Camera di commercio di Cuneo.

La camera di commercio di Cuneo ha costituito nel 1981 un'azienda speciale chiamata "Centro Estero Alpi del Mare – Cuneo", alla quale sono affidate le funzioni di formazione economica della provincia. contribuiscono alla vita dell'azienda la Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo e la Banca CRT S.p.A.

L'azienda è venuta, con il tempo, ad assumere una importanza rilevante sulla base del lavoro svolto e soprattutto sulla base della qualità di tale lavoro.

Nel corso degli anni l'azienda speciale ha anche acquisito una progressiva autonomia finanziaria. Nel 1999 i proventi ottenuti dalle imprese hanno superato il 54% delle entrate dell'azienda. Nello stesso anno il Centro Estero Alpi del Mare ha organizzato 38 iniziative promozionali a sostegno dei principali settori dell'economia provinciale (alimentare, vinicola, artigianato, edilizia, macchine agricole, turismo ecc.) A dette iniziative hanno partecipato 326 aziende con un incremento dell'11% rispetto all'anno precedente.

Le iniziative di cui sopra, in parte, sono state realizzate con consorzi, Regione, provincia ecc., e si è trattato delle iniziative più importanti.

Molti operatori si sono avvalsi dei servizi offerti dall'azienda speciale (consulenza di marketing, informazioni di mercato, normative doganali, informazioni clienti estero). Il Centro estero si avvale di personale proprio (3 unità) e di personale camerale (3 unità).

Il conto economico 1999 mette in evidenza entrate per L. 2,602 mld. e ricavi per L. 2,782 mld, con un avanzo di esercizio di L. 180 mln.

Gli investimenti riguardano iniziative assunte (1999) in ambito provinciale (0,1%) , in ambito nazionale (16,3%) e in ambito estero (83,6%).

La ripartizione settoriale degli investimenti per attività promozionali è risultata essere la seguente:

- settore alimentare	38,3%
- settore vinicolo	33,5%
- settore macchine agricole	16,6%
- settore cicli	2,6%
- settore turismo	5,9%
- settore costruzioni, edilizia	1,5%
- settore artigianato	1,6%

Camera di commercio di Torino.

La Camera di Torino dispone di due aziende speciali: il Centro congressi "Torino incontra" ed il Laboratorio chimico.

Il Centro congressi è una struttura d'avanguardia al servizio degli operatori che intendono promuovere convegni, conferenze. Costituisce una realtà importante all'interno della attività congressuale torinese. Ne beneficiano i comparti economici, l'industria della ospitalità, il settore dei trasporti, il comparto commerciale.

Il numero degli eventi ospitati appare rilevante (660 nel 1998). I convegni più numerosi sono quelli di breve durata (mezza giornata). In incremento appaiono i congressi di due giorni e i congressi aventi portata internazionale.

Il bilancio preventivo 1999 mostra un conto economico che alle entrate prevede un totale a pareggio, di L. 3,494 mld., compreso un contributo camerale per il conto patrimoniale.

Il totale generale delle entrate pari a L. 3,158 mld. è composto per 0,884 mld. da entrate proprie e per L. 2,273 mld. da un contributo camerale in conto esercizio.

Fra le spese le voci più impegnative sono rappresentate da spese per il personale e da spese per il funzionamento.

Il collegio sindacale nella relazione al bilancio preventivo 1999, esorta l'amministrazione ad una efficace azione amministrativa tesa all'incremento dei ricavi.

L'azienda speciale "Laboratorio chimico", in attività fino dal 1980, è nata per dotare il sistema economico di un valido ausilio tecnico. Il laboratorio opera sostanzialmente nel settore agro – alimentare, nel settore ecologico industriale e nel settore elettrico ed elettronico.

E' in grado di svolgere più di 200 procedimenti di analisi applicate ad acque come bevanda, acque reflue e di scarico, alimenti e bevande, alimenti zootecnici, ambienti di lavoro, cereali, conserve, contenitori ed imballaggi, farina, latte e derivai, metalli, olio di oliva, oli minerali, polimeri, precucinati, prodotti da forno ecc.

Relativamente al settore agro – alimentare il laboratorio, oltre al servizio di analisi svolge anche il servizio di audit e di sistemi di qualità, forma il personale su autocontrolli, HACCP, ecc. svolge attività di servizio analisi sensoriali.

Nel settore ecologico industriale svolge attività di servizio analitico di controllo negli ambienti di lavoro, servizio di consulenza tecnica (D.Lgv. 626/94) e indice corsi di formazione sulla sicurezza, sulla gestione ambientale e su tecniche analitiche specifiche.

Nel settore elettrico – elettronico svolge prove di compatibilità elettromagnetica e sicurezza elettrica, consulenza progettuale per la modifica e la realizzazione di apparecchi che soddisfino i criteri di conformità alle direttive europee, valuta e misura l'inquinamento elettromagnetico ecc.

Il conto consuntivo del 1999 mostra ricavi per L. 5,372 mld. e costi di gestione per L. 5,668 mld. Fra i ricavi è riportato un contributo camerale di L. 1,920 mld.

Rispetto all'esercizio precedente diminuiscono i proventi da servizi e aumenta il contributo camerale. Fortunatamente diminuisce anche il totale dei costi di gestione. La pianta organica del laboratorio conta ben 76 unità.

1.17) - L'unione regionale delle camere di commercio.

L'Unioncamere Piemonte è stata costituita nel 1957. Essa si propone di:

- promuovere e coordinare l'esercizio dei servizi di competenza camerale in forma associata;
- realizzazione servizi comuni necessari all'espletamento dei compiti istituzionali delle camere;

- promuovere l'utilizzo da parte delle Camere di piani, di programmi e di fondi nazionali e comunitari;
- rappresentare all'estero, a livello U:E:, il sistema camerale piemontese;
- svolgere attività dirette in favore delle categorie economiche interessate.

Il 6.3.2000 l'Unioncamere ha approvato il nuovo statuto in linea con le prescrizioni della legge di riforma delle camere di commercio.

Attualmente l'Unione si avvale della collaborazione di 9 dipendenti (con contratto commercio/terziario) di 2 borsisti, di 7 consulenti esterni e di due collaboratori per sedi all'estero.

Il bilancio di esercizio pone in evidenza ricavi istituzionali per L. 3,691 mld. nell'ambito dei quali le quote associative delle camere aderenti pesano per L. 3,023 mld.

I ricavi commerciali ammontano a L. 0,297 mld. quale ammontare delle quote a carico delle aziende agricole per le partecipazioni a VINITALY. I costi della produzione ammontano a L. 4,181 mld. per la gran parte rappresentate da spese per acquisizione o produzione di servizi.

L'Unioncamere del Piemonte svolge una importante azione di ottimizzazione delle attività promozionali in essere presso le camere di commercio, integrando le stesse in un progetto più ampio di attività intraprese dalla Regione.

Detta integrazione è avvenuta in ambito:

- agroalimentare: con partecipazione al VINITALY, alle settimane piemontesi in Germania, l'istituzione di nuove denominazioni e dei relativi disciplinari per vini e prodotti tipici piemontesi, la predisposizione di un repertorio allargato dei prodotti tipici piemontesi;
- collegamenti e trasporti: con la definizione delle modalità con cui avviare il sistema di rilevazione del movimento merci in collaborazione con la Regione Piemonte;
- realizzazione del corridoio plurimodale ovest est a sud delle Alpi;
- ottimizzazione delle intermodalità del traffico merci e passeggeri;
- comunicazione multimediale con la gestione di 11 siti WEB del sistema camerale piemontese;
- salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente:

1.17.1) Promozione estera.

Attraverso un contributo erogato dal fondo di perequazione sono stati organizzati sette sportelli per l'internazionalizzazione (Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Torino, Verbania, Vercelli).

Uno strumento efficace della penetrazione verso l'estero, appare il Centro commercio estero che opera in materia di partecipazione ai programmi comunitari, di esportazione, di fiere e missioni all'estero ecc.

1.17.2) Sportello regionale per l'internazionalizzazione in collaborazione con Regione e ICE.

Questa iniziativa trova la base giuridica nell'art. 24 del D. Lgv. 31.3.1998, n. 143 che prevede l'istituzione di sportelli unici per l'internazionalizzazione dislocati sul territorio e ubicati presso enti o uffici di volta in volta indicati dall'accordo stipulato fra Ministero del commercio con l'estero, e singole Regioni. Per il Piemonte tale sportello sarà ubicato presso l'I.C.E. di Torino e si avvarrà della collaborazione di Unioncamere.

1.17.3) Sub-forniture.

E' stato istituito un comitato chiamato Network Forniture e composto dalle Unioncamere delle regioni del nord-centro Italia. Il sito web fornisce informazioni dettagliate su 5.000 imprese di sub-fornitura.

L'Unioncamere Piemonte è anche socia dell'Ente internazionale RIOST che coordina le azioni di organismi nazionali e locali nel campo delle sub-forniture.

1.17.4) Attività di relazioni esterne.

L'Unioncamere tramite il proprio ufficio R.P. si occupa della comunicazione delle attività dell'ente e dei progetti in comune delle camere di commercio associate.

Tale comunicazione riguarda:

- la condizione dell'ufficio stampa;
- la gestione dell'attività pubblicitaria dell'Unione e dei progetti regionali coordinati o promossi dalla stessa Unione;
- il coordinamento e la stampa di pubblicazioni di studi, ricerche, ecc.;
- coordinamento della presentazione dei vari siti camerali su Internet;
- assistenza e coordinamento delle comunicazioni in occasione di partecipazioni fieristiche;
- un sistema in favore del design nell'artigianato con la promozione della esposizione all'estero di una mostra di design. La mostra sarà tenuta in vari paesi esteri (Argentina, Francia, Spagna, ecc.).

1.17.5) Ufficio di rappresentanza di Bruxelles.

L'Unioncamere dispone dal 1995 di una sua sede di rappresentanza a Bruxelles. Si tratta di una iniziativa opportuna perché permette l'immediata conoscenza delle strategie di politica economica dell'U.E. Gli obiettivi dello sportello sono, in breve, i seguenti:

- aumentare per la regione le possibilità di beneficiare di finanziamenti comunitari e di sostegno dell'U.E.;
- dare maggiori possibilità al sistema economico e sociale della regione.

La sede di Bruxelles ha inviato la pubblicazione di una lettera bimensile Piemonte Europa, redatta interamente presso la sede di Bruxelles e rivolta a funzionari delle istituzioni comunitarie, ad esponenti del mondo economico e ad enti ed istituzioni piemontesi.

L'attività della sede di Bruxelles è molto articolata ed è centrata in modo particolare sulla promozione dell'immagine del Piemonte in sede comunitaria, sulla preparazione dei funzionari camerali del Piemonte, nella diffusione, anche anticipata, delle varie pubblicazioni di norme, regolamenti e direttive dell'Unione europea.

1.17.6) Progetti finanziati dal fondo di perequazione.

L'Unioncamere Piemonte ha presentato 4 progetti da ammettere al fondo di perequazione anno 1997 e 8 progetti per l'anno 1998.

Per brevità verranno richiamati quelli dell'esercizio 1998.

DESCRIZIONE	COSTO PROGETTO (in milioni di L.)	FINANZIAMENTO FONDO (in milioni di L.)	CONTRIBUTO UNIONCAMERE REGIONALE (in milioni di lire)	CONTRIBUTO SINGOLE CCIAA (in milioni di L.)
" Interventi di formazione manageriale per dirigenti sulla gestione dei servizi con riferimento agli aspetti di programmazione, comunicazione e valutazione di risultato". Progetto partecipato da tutte le CCIAA.	64,1	31,1	0	Spesa rimanente a carico delle singole CCIAA
"Istituzione degli uffici provinciali metrici nell'area della regolazione del mercato e tutela della fede pubblica" Progetto partecipato da AL-AT-BI-CN-TO-VC	467,5	238,8	0	Spesa rimanente a carico delle singole CCIAA
Seconda annualità "Formazione ed informazione sulla sicurezza igienica nelle aziende alimentari"	76,6	9,5		Costi rimanenti da ripartire tra Unioncamere e singole CCIAA
Seconda annualità "Marchio di qualità delle imprese alberghiere"	301,5	51,5		Costi rimanenti da ripartire tra Unioncamere e singole CCIAA
Seconda annualità "Coordinamento regionale delle attribuzioni camerali in materia di trasparenza del mercato"	214,8	85,7		Costi rimanenti da ripartire tra Unioncamere e singole CCIAA
"Potenziamento del Centro PaTlib piemontese e successiva creazione di un servizio in rete di documentazione rivolto al sistema camerale regionale" Progetto partecipato da AL-BI-CN-NO-TO-VB	1.020,0	311,3		Differenza costi: 68,8% a carico della CCIAA di Torino 10% a carico di AL 2% a carico di BI 7,5% a carico di CN 8,7% a carico di NO 3% a carico di VB
"Sportelli per l'internazionalizzazione" Progetto partecipato da AL-AT-BI-NO-TO-VB-VC	1.313,3	804,3		Spese rimanente a carico delle singole CCIAA
"Condivisione su Internet della Guida ai servizi delle CCIAA del Piemonte"	Non ancora avviato			
TOTALE	3.457,8	1.532,2		

Regione Liguria

La Regione Liguria ha rimesso la relazione sull'attività delle camere di commercio e dell'unione regionale delle camere di commercio in allegato alla propria nota del 10 gennaio 2002.

La relazione si riferisce agli esercizi 1998, 1999 e 2000. Per gli scopi della presente sintesi, che per tutte le regioni ha preso in considerazione solo il biennio 1998 —1999, verranno considerati anche per la Liguria, solo questi ultimi esercizi.

La relazione si compone di una sintesi generale con riferimento ad ogni singola camera di commercio: Genova, Savona, Imperia e La Spezia e di una ulteriore relazione analitica, riferita ad ogni camera di commercio. Le relazioni singole sono allegate per un migliore approfondimento.

Si ritiene opportuno procedere all'esame della relazione rimessa per ogni singola camera di commercio in modo da realizzare un quadro più approfondito della loro attività.

Prima di procedere a questo esame è opportuno ricordare che la relazione è stata elaborata con il concorso dell'Unione regionale delle camere di commercio della Liguria, secondo quanto prescrive l'art. 37, comma 2, del d. lgs. 31.3.1998, n. 112.

1) Camera di commercio di Genova.

La relazione generale inizia prendendo in esame lo stato di applicazione della legge 29.12.1993, n. 580. Tralasciando le considerazioni di carattere generale sulla portata innovativa di tale legge, è opportuno ricordare che gli organi camerali sono stati costituiti il 6.5.1998, al termine di una lunga procedura, in parte dedicata alla costituzione del consiglio da parte dell'autorità regionale e in parte dedicata all'esame dei ricorsi, che nel caso della camera di commercio di Genova sono stati abbastanza numerosi.

Nella propria relazione l'ente camerale pone in evidenza la portata delle innovazioni introdotte dalla legge di riforma n. 580/1993. Le aree di attività intensamente innovative sono riportate nei commi 4 e 5 dell'art. 2. Quindi la relazione si diffonde sulla trasformazione del quadro normativo di riferimento, trasformazione indotta dal decreto lgs. 31.3.1998, n. 112.

In merito all'argomento sono state svolte numerose considerazioni e pertanto appare superflua ogni ulteriore aggiunta.

Le innovazioni introdotte dal D. Lgs. n. 112 riguardano soprattutto il sistema di controllo sugli enti camerali. Infatti l'art. 37 prevede l'abolizione di tutti i residui atti di controllo sulle camere, già previsti dagli artt. 3, commi 2 e 4, comma 2, della legge n. 580.

Importanti sono pure le conseguenze dei controlli sui bilanci e gli assestamenti, sulle dotazioni organiche, sulla costituzione di aziende speciali. La soppressione di tali controlli ha posto gli enti camerali, in gran parte piccoli enti, di fronte a complesse sfide di carattere funzionale e organizzativo. Il tutto in un clima complesso e anche turbolento che richiede adattamento ad una vasta opera di decentramento. La Regione Liguria ha colto il senso dell'opportunità conformando nella propria legge n. 9 del 24.3.1999 il raccordo e la collaborazione con gli enti locali, le autonomie funzionali, nonché le forze economiche e sociali che concorrono allo sviluppo del sistema economico produttivo ligure. Secondo l'ente camerale genovese le previsioni introdotte dai d. lgs. nn. 112 e 114 del 1998 appaiono in armonia con il generale processo di semplificazione amministrativa, di snellimento procedurali e di delegificazione.

1.1) Le iniziative promozionali.

Di fronte ad una sostanziale riduzione delle risorse disponibili da una parte e dalla necessità di ricercare in modo più sistematico intese con gli enti locali e le associazioni di categoria l'azione promozionale svolta nel 1998 e nel 1999 dall'altra, si è cercato di privilegiare interventi a valenza intersettoriale superando, progressivamente, gli interventi dispersi su una pluralità di iniziative.

Le attività svolte nel periodo 1998 – 1999 possono ricondursi a 5 filoni fondamentali.

1.1.1 Formazione imprenditoriale e promozione della nuova impresa.

La formazione imprenditoriale viene svolta dall'Ente ligure per la produttività, una struttura esterna all'ente camerale. La formazione curata da detto centro fa riferimento a 3 grandi aree: la formazione continua, la formazione per la creazione di impresa, i servizi tecnici per la qualità. Nell'ambito della formazione continua sono stati realizzati 24 seminari formativi. Nell'area dell'attività relativa all'informazione è stato istituito uno sportello per informazioni sugli adempimenti amministrativi. Hanno usufruito del servizio 800 persone, in maggior parte donne.

Nel terzo ambito di iniziative del centro ligure di produttività è stato istituito uno sportello qualità che offre agli operatori economici informazioni e assistenza sulla normativa tecnica e la certificazione di qualità, nonché il servizio di consultazione delle norme e delle pubblicazioni fornite dall'UNU.

Anche la camera di commercio ha organizzato direttamente iniziative formative, come il progetto Euroscuola, il progetto Alternanza Scuola – Lavoro, i corsi REC e per agenti di commercio e la formazione professionale marittimi.

Il rapporto fra la realtà giovanile e quella del mondo del lavoro è curato dalla camera di commercio con i progetti Formula, Salone della formazione e dell'orientamento sul mondo del lavoro.

Di particolare interesse appare il progetto Formula, che si ripete ogni anno e che consiste in una serie articolata di azioni che riguardano le tecniche di orientamento, la partecipazione a colloqui di lavoro simulati, la messa a fuoco di competenza e di vocazioni, di potenzialità possedute in relazione al mercato del lavoro. L'ente camerale in collaborazione con il Provveditorato agli studi, la provincia di Genova, l'agenzia per l'impiego e l'associazione industriali ha come finalità la promozione della cultura del dialogo fra il mondo della scuola e il mondo del lavoro.

Nel 1999, nell'ambito del progetto Formula, si è svolto il Salone dell'orientamento, della formazione e del lavoro.

L'ente camerale si è attivato nell'organizzazione di due aree tematiche: il turismo e la logistica. Per sviluppare il tema, l'ente camerale ha invitato le imprese a partecipare a queste aree per incontrare i giovani che vogliono accostarsi al lavoro e che vogliono conoscere professionalità di cui le aziende avranno bisogno in un prossimo futuro.

E' importante richiamare anche il progetto Euroscuola, operativamente coordinato da Segea, con il quale si intende sviluppare sul territorio un processo di miglioramento continuo della qualità degli studi scolastici.

L'ente camerale collabora, inoltre, al progetto Alternanza Scuola – Lavoro con il Provveditorato agli studi, la Provincia di Genova e l'Associazione industriali. Con questo

progetto si intende promuovere la cultura del dialogo tra il mondo della scuola e quello del lavoro. Con questo progetto sono stati favoriti stage aziendali per 500 studenti. In chiusura di questo paragrafo, si ritiene importante richiamare anche i corsi di formazione professionale abilitanti per l'iscrizione in registri camerali. Si ricorda, infine, il sostegno dell'ente nella formazione professionale marittima attraverso la partecipazione gestionale dell'istituto all'osservatorio radar Guglielmo Marconi.

1.1.2– Attività rivolta all'internazionalizzazione delle imprese .

La promozione dell'internazionalizzazione si basa su due diverse tipologie di interventi: 1) iniziative realizzate dall'ente camerale entro appropriati ambiti promozionali (settore logistica, commercio estero, settore attività produttive, settore attività esterne e turismo); 2) iniziative svolte da organismi esterni, appositamente costituiti e partecipati dall'ente camerale (WTC Genova, Celig, Unioncamere, Eurosportello).

La camera di commercio ha svolto direttamente attività informativa mediante l'uso di banche dati di cui dispone. Le informazioni richieste hanno riguardato ricerche di mercato in paesi esteri, elenchi di operatori che operano con l'estero, oltre 500 ricerche di partners e un centinaio di richieste di normativa.

L'ente camerale concorre anche allo svolgimento di ulteriori iniziative come l'"European logistic forme", la mostra congressuale a cui hanno partecipato 400 delegati e un centinaio di ditte speditrici, che hanno affrontato i temi più attuali della portualità, dei trasporti e della logistica. Nell'ambito di questa iniziativa è stata realizzata, in quel paese, la logistica in Cina.

Nel 1998 si è tenuto a Genova il progetto OCMA consistente nella presentazione ad un pubblico internazionale di oltre 300 esperti della gestione dei mari costieri. Una notevole attività ha svolto anche il Centro regionale ligure per il commercio estero, che ha coordinato nel periodo la partecipazione delle imprese liguri a diverse manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali.

Nel 1998 le imprese interessate a questa attività sono risultate in numero di 150 circa mentre nel 1999 è salito a 200 circa.

Inoltre, il centro ha organizzato iniziative di partecipazione a progetti di partenariato nell'ambito di più ampi progetti sostenuti economicamente dall'Unione Europea.

L'altro istituto genovese, il World Trade Center ha dato avvio ad un'attività di informazione e assistenza nell'ambito dello Sportello mondializzazione. L'attività riguarda finanziamenti nazionali e comunitari per le imprese in fase di espansione all'estero. Il settore economico della logistica portuale per i prodotti ortofrutticoli, per prodotti congelati e per prodotti a temperatura controllata, è stato oggetto di un progetto E.C.I.P. per l'Argentina insieme alla Camera di commercio italiana a Buenos Aires. In rapporto con le camere di commercio del Piemonte e delle consorelle della Provenza, della Costa Azzurra, della Corsica, è stato organizzato un repertorio delle imprese, in particolare sub – fornitrici e innovative.

Un'altra iniziativa svolta con la camera di commercio di Tolosa consiste nella realizzazione di un insieme di servizi tecnici per le piccole e medie imprese, interessate a progetti di joint - venture in ambito europeo.

A livello internazionale, la camera di commercio partecipa a iniziative di trasferimento della tecnologia, dei risultati della ricerca scientifica verso le piccole e medie imprese.

Questa attività è svolta con il Relay Centre Alps, uno dei 50 centri operanti nell'Europa comunitaria. Il predetto Centre riceve quotidianamente le richieste di partners

europei e favorisce gli incontri fra aziende e centri di ricerca e la ricerca per l'individuazione di soluzioni tecnologiche di varia natura.

L'ufficio Eurosportello, operativo presso la camera di commercio svolge le sue funzioni di informazione sulla misura di agevolazione finanziaria e favorendo la collaborazione con la Regione Liguria e le associazioni di categoria per la promozione di bandi regionali di attuazione.

1.1.3 – Adeguamento delle infrastrutture di trasporto e razionalizzazione delle attività logistiche.

La camera di commercio risulta impegnata su un miglioramento delle infrastrutture dei trasporti con particolare attenzione verso il corridoio plurimodale ovest – est nel sud dell'Europa progetto attualmente coltivato dalla Uniontrasporti e dall'Unione italiana delle camere di commercio.

Inoltre la predetta camera partecipa all'attività di un gruppo di lavoro che cerca di sviluppare, in collaborazione con gli enti camerali liguri, piemontesi e francesi della Regione Provence, Alps, Cote d'Azur, Corse si è proposto di rafforzare le relazioni fra le tre Regioni nella prospettiva di pervenire alla costituzione di una Regione europea transfrontaliera.

L'attuazione dell'ente camerale è rivolta evidentemente anche al processo di privatizzazione e di razionalizzazione del porto di Genova. Particolare attenzione è stata riservata al potenziamento del traffico cabotiero lungo l'asse di scorrimento marittimo nord – sud.

Anche il trasporto ferroviario è stato, nel biennio, oggetto di attenzione. In particolare si segnala l'entrata nella fase di progettualità esecutiva del 3° valico ferroviario, del raddoppio della linea di ponente e della bretella Voltri – Linee di valico.

Anche il sistema autostradale è stato oggetto di attenzione con la proposta di progetti che rivestono carattere di priorità, come il grande raccordo autostradale genovese da Vesima a Sestri Levante.

La camera di commercio è interessata, in varie forme, a progetti di adeguamento infrastrutturale come il parco di distribuzione del traffico pesante da realizzarsi a ridosso del bacino portuale di Voltri, l'autoparco (struttura di sosta per gli automezzi) che potrebbe realizzarsi nelle aree di Cornigliano o del Polcevera, nonché una più puntuale valorizzazione delle aree ubicate dietro il porto.

Si ricorda inoltre che presso la camera di commercio è operativo un comitato per i problemi della viabilità e del traffico.

Per quanto riguarda l'aeroporto "Cristoforo Colombo" si sta esaminando la prospettiva della privatizzazione della società di gestione e il rilancio di una politica di marketing per la ricerca di nuovi spazi di mercato nei settori charter, crociere e trasporto merci.

1.1.4 – Il turismo e l'immagine della città.

Il turismo rappresenta un settore economico in crescita. La camera di commercio risulta impegnata insieme con Regione, o comune, provincia e azienda di promozione turistica, in una serie di progetti per il rafforzamento di alcuni filoni strategici come il turismo di affari e quello culturale.

La camera di commercio ha provveduto alla costituzione, insieme con il comune di Cogoleto, la provincia e l'assessorato commercianti di Genova, di una società per la promozione di un parco della tecnologia e del divertimento, ispirandosi all'esperienza francese di "Futuroscope" di Potiers.

E' stato confermato l'impegno camerale a sostegno di eventi come: Formula, European Logistic Forum, Snatrade, Borsa del turismo nautico, che si sono affermati con importanti appuntamenti della stagione congressuale fieristica genovese.

L'ente camerale sostiene anche lo sforzo dell'organizzazione del salone nautico. Un'altra iniziativa consiste nella organizzazione del progetto "Bonjour Provence" per la quale una quarantina di espositori francesi, nel mese di settembre, si sono esibiti nei padiglioni espositivi dei magazzini del cotone nel porto antico.

Anche le proiezioni sull'estero hanno visto impegnata la camera di commercio con la partecipazione a Borsa del turismo, come il Seatrade di Miami. E' stato attivato un sito internet di promozione turistica sulla città ed è continuata la collaborazione con il comune di Genova per la valorizzazione di via Garibaldi e del centro storico rafforzando alcuni appuntamenti fissi come la Pasqua, l'estate e il ponte dell'Immacolata.

Il Comitato di coordinamento Grandi Eventi si è attivato ancora con la mostra del futurismo, la Coppa Davis e il salone nautico. La Coppa Davis consiste in una trasmissione in diretta di tre giorni in eurovisione, con ampi resoconti sulla stampa nazionale e internazionale.

1.1.5 – Altri interventi.

Sono state assunte iniziative per la valorizzazione di prodotti tipici locali come i vini della Valpolcevera e del Golfo del Tigullio con la conseguente istituzione degli albi dei vigneti e degli uliveti. Allo scopo di valorizzare i prodotti enologici e gli oli di oliva sono state organizzate manifestazioni fieristiche (Expo' Fontanabuona e Valpolcevera) e la partecipazione all'Ercole olivario. La camera di commercio ha collaborato alla costituzione del gruppo di attività locale (Antola e Penna Leader s.r.l.). L'ente camerale ha dato il proprio contributo alla realizzazione di due patti territoriali.

E' stato realizzato il servizio subfornitura attraverso una banca dati in collaborazione con le unioni regionali di Lombardia, Piemonte, Emilia – Romagna, Veneto e Umbria. In detta banca dati sono contenute informazioni relative a 4.000 aziende nei settori meccanica, elettronica, tessile e legno, formica e plastica. E' stato sviluppato il servizio Borsa dei recuperi industriali con la realizzazione di una banca dati che gestisce la domanda e l'offerta.

Tale Borsa si avvale di una rete telematica nazionale.

La camera di commercio ha curato la segreteria provinciale del comitato esecutivo euro presieduta dal Prefetto.

Presso l'ufficio UPICA è stato realizzato il servizio di informazioni sui brevetti Pat Lib iniziativa sorta dalla collaborazione tra l'ufficio italiano brevetti e marchi e l'ufficio europeo dei brevetti.

2. – Camera di commercio di Savona.

Nella propria relazione relativa all'anno 1998 l'ente camerale pone in rilievo le profonde innovazioni introdotte dal D. Lgs. 31.3.1998, n. 112.

La camera di commercio partecipa alla società I.P.S. (Insediamenti Produttivi Genovesi), della quale fanno parte le istituzioni locali, le associazioni di categoria e le organizzazioni sindacali, e che ha lo scopo di supportare e gestire interventi finalizzati al rilancio dell'economia locale. A fine 1998 è stato firmato un protocollo di intesa per il Patto territoriale della provincia di Savona, che si propone obiettivi di promozione dello sviluppo economico e nell'incremento occupazionale in ambito provinciale, attraverso l'attuazione di un programma di investimenti privati e di infrastrutture pubbliche.

Nel corso del 1998 e 1999 l'I.P.S. ha svolto un'intensa attività definendo un documento di indirizzo biennale nell'ambito del quale sono stati indicati i seguenti filoni:

a) attività di promozione del patto territoriale della provincia di Savona. Il patto è promosso dalla provincia di Savona ma vede la partecipazione di istituti di credito, i quali hanno assunto l'impegno di agevolare il finanziamento dei progetti ricompresi nel patto.
b) piano di sviluppo economico dell'intera provincia di Savona, nel quale si configurano le linee di sviluppo economico dell'intero territorio provinciale per il prossimo quinquennio.
c) programma Interreg. II: si tratta di una società impegnata nella realizzazione di un progetto transfrontaliero in tema ambientale.
d) programma di sviluppo per l'area di crisi della provincia. Si tratta di una serie di iniziative di grande significato economico, come erogazione di contributi a sostegno di iniziative imprenditoriali, localizzate nei comuni di Varazze, Pietra Ligure e in alcune circoscrizioni di Savona. Molte delle iniziative di questo programma attingono ai benefici della legge n. 236 del 1993 e gli impegni sinora ottenuti ammontano alla somma di 11 miliardi.
e) sportello unico per le attività produttive. L'I.P.S. si candida, in accordo con l'amministrazione provinciale, allo svolgimento di un ruolo di assistenza ai comuni per la realizzazione e la gestione dello sportello unico.
f) recupero delle aree dismesse da impresa petrolifera. Il progetto prevede l'acquisizione da parte di I.P.S. di aree o porzioni di aree per la riconversione a territori destinati a insediamenti produttivi.
g) recupero ai fini produttivi delle aree metal metro (un'impresa che ha cessato la propria attività), sul cui territorio è previsto l'insediamento di attività economiche inserite nella terza fase della legge n. 236/1993.

2.1 – Partecipazioni.

La camera di commercio possiede partecipazioni azionarie in 13 organismi associativi, il cui valore patrimoniale è pari a L. 1.489.000.000 mentre il valore nominale è pari a L. 1.074.000.000. Alcune di queste partecipazioni riguardano organismi del sistema camerale mentre altre sono, più specificamente, dedicate al territorio di competenza. Tra queste ultime si ritiene utile rilevare la partecipazione alle società dell'aeroporto di Villanova, dell'autostrada dei fiori, del BIC Liguria, della finanziaria ligure della promozione enti savonesi, ecc. Altre partecipazioni in società a responsabilità limitata riguardano l'autostrada Albenga – Ceva, la banca di credito cooperativo di Savona ponente, il consorzio autotrasportatori interportuali, di nuovo la finanziaria ligure. La camera di commercio partecipa anche al consorzio Promoleader.

2.2 – Commercio interno.

La camera di commercio ha svolto un'intensa attività nei confronti di imprese, enti, associazioni, per la concessione di agevolazioni previste dall'art. 11 della legge n. 449/1997. Le domande pervenute nel 1998 sono state 543 per un totale di risorse di l. 2.369.887 000. Nel 1999 le domande presentate sono state 401, di cui 345 ammissibili, per un totale di L. 1.502.739.000.

Nel maggio 1998 è stato organizzato un convegno rivolto alle amministrazioni comunali e alle associazioni di categoria allo scopo di approfondire la normativa relativa alla "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio (D. Lgs. 31.3.1998, n. 114, emanato in attuazione della legge delega n. 59/1997).

2.3 – Industria.

Per il settore industriale l'intervento dell'ente camerale è stato volto a favorire un collegamento con le imprese, ad intensificare il rapporto con l'Unione Industriali e a svolgere un'azione di coordinamento con gli enti pubblici per evitare lo sviluppo su temi di interesse generale di iniziative singole, con conseguente dispendio di risorse e possibili sovrapposizioni.

In particolare l'intervento camerale è stato incentrato sui seguenti progetti:

- Rete telematica interaziendale. La camera di commercio ha contribuito con l'Unione industriali alla creazione di una rete volta a migliorare, attraverso modalità innovative, la quantità, la qualità e la tempestività delle comunicazioni alle aziende.
- Servizio informativo mercato ecologico ambientale. Il servizio ha lo scopo di favorire il migliore utilizzo e la reimmissione nel circuito economico di materiali che altrimenti sarebbero persi.

2.4 – Artigianato.

L'attività camerale nell'ambito del comparto artigiano si è concretizzato nel tradizionale intervento finanziario a favore della Cooperativa Artigiana di Garanzia e nella attuazione di un bando per la concessione di contributi in conto capitale a favore delle imprese artigiane per l'adeguamento alla normativa in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro (D. Lgs. 626/94).

Inoltre l'intervento camerale si è incentrato nel sostegno alle imprese di nuova costituzione. A tal fine è stato istituito un apposito fondo per la concessione di finanziamenti a favore di imprese artigiane di nuova costituzione.

2.5 – Agricoltura.

Sono stati istituiti sistemi di certificazione per i vini e per l'olio extra vergine d'oliva.

2.6 – Credito.

Nell'esercizio 1998, l'Ufficio Credito dell'ente camerale ha seguito la concessione di contributi in conto interessi ad imprese commerciali, turistico – alberghiere, artigiane e industriali, istruendo ed esaminando n. 218 pratiche e fornendo servizi e attività in ordine ai consorzi o cooperative di garanzia fidi, attività per le quali l'ente è fortemente impegnato.

Nel 1999 sono state istruite ed esaminate n. 287 pratiche per poter accedere al credito produttivistico

2.7 – Informazione e consulenza per l'internazionalizzazione delle imprese. Turismo. Organizzazione fiere e mostre in Italia e all'estero.

- Attività di consulenza per le piccole imprese nel percorso di internazionalizzazione con azioni di informazione, consulenza e promozione commerciale.
- Attività di promozione per il turismo. L'ufficio ha curato la realizzazione del "Marchio qualità per le imprese alberghiere".

2.8 – Sportello unico per le attività produttive.

Nel corso del 1999 l'ente camerale si è fortemente impegnato nella realizzazione dello sportello unico per le attività produttive, disponibile verso la seconda metà del 2000.

2.9 – Sportello informativo ad indirizzo tecnologico.

Nel 1999 la camera di commercio ha partecipato al progetto "potenziamento della Rete degli sportelli informativi", progetto finanziato dal Fondo perequativo avente come obiettivo quello di creare e consolidare un punto di riferimento stabile al quale le piccole e medie imprese possono rivolgersi per ricevere indicazioni relative alla procedure di adeguamento imposte dalla normativa cogente e a quelle richieste dalla normativa volontaria.

E' stata istituita una consulta per le normative tecniche delle imprese, con l'obiettivo specifico di analizzare le principali problematiche di tipo tecnico che possono comportare obblighi e adempimenti alle imprese.

La consulta è composta da rappresentanti della provincia dell'autorità portuale, della ASL (servizio veterinario e servizio di igiene pubblica), della direzione provinciale del lavoro dell'ufficio repressione frodi, dell'istituto zooprofilattico sperimentale delle organizzazioni imprenditoriali della provincia.

Grazie all'attività del predetto gruppo di lavoro, è stata realizzata una guida alla impostazione dei piani di autocontrollo mediante i principi della HACCP.

Successivamente è stata realizzata una seconda pubblicazione dedicata ai temi della prevenzione degli incendi sui luoghi di lavoro.

I servizi informativi dello sportello sono rappresentati anche dalla organizzazione di seminari su temi di interesse specifico delle aziende del territorio. Inoltre, lo sportello gestisce le pubblicazioni UNI e CENELEC, dispone del glossario della qualità DINTEL, repertori e banche dati nel sito Internet, un bollettino di notizie di trasferimento tecnologico, la banca dati Agral sulla normativa agroalimentare consultabile on – line da tutti gli sportelli della rete, banche dati sui finanziamenti delle imprese.

Inoltre, lo sportello mette a disposizione delle imprese numerose pubblicazioni cartacee su temi di interesse per le imprese stesse.

2.10 – Rete degli sportelli finanziari.

Trattasi di un progetto finanziato dal Fondo di perequazione Unioncamere, i cui obiettivi principali sono la realizzazione di un punto di informazione e di orientamento per l'assistenza finanziaria alle piccole e medie imprese, allo scopo di favorire lo sviluppo del sistema imprenditoriale e migliorare il ricorso ai nuovi strumenti di finanziamento offerti dal mercato.

La realizzazione del progetto passa attraverso le seguenti fasi:

1) Analisi a campione della domanda delle imprese per le esigenze di tipo finanziario.
2) La costruzione di una griglia di servizi e prodotti.
3) La realizzazione del bacino dei fornitori della banca dati.
4) La realizzazione di accordi programmatici con i soggetti che alimentano la banca dati.
5) Individuazione del tipo di contenitori più adatto (rete informatica, sportello fisico, ec.).
6) La promozione e diffusione del prodotto verso l'utenza.
7) L'allargamento della base degli aderenti.

2.11 – Progetto Olimpo.

Trattasi di un programma che fornisce informazioni e servizi specifici sul territorio, finalizzati al sostegno del tessuto produttivo e allo sviluppo dell'imprenditorialità.

Il progetto è stato avviato con il coordinamento di Assefor Camere in collaborazione con 26 camere di commercio.

Sono elementi costituenti del progetto Olimpo: l'osservatorio sulle nuove imprese, mappatura delle opportunità imprenditoriali, banche dati, Filo di Arianna, Thesaurus, test di autovalutazione, ecc.

2.12 – Attività delegata dal Ministero dell'industria.

Rientrano in questo settore di attività la gestione degli incentivi fiscali alle imprese di cui all'art. 11 della legge n. 449/1997 e delle leggi finanziarie del 1998 e del 1999. Le camere di commercio sono delegate all'attuazione della procedura di concessioni delle agevolazioni riservando al Ministero predetto la decisione sulla concessione delle agevolazioni alle imprese beneficiarie.

Nel 1999 sono state istruite circa 400 domande.

La camera di commercio ha anche svolto gli adempimenti per la gestione degli incentivi per la cessazione delle imprese commerciali: la cosiddetta rottamazione delle licenze.

Nel corso del 1999 sono state protocollate e ritenute ammissibili 101 domande, mentre 9 domande sono risultate non ammissibili.

2.13 – Servizio nuove imprese.

Nel 1999 è stata confermata per il 3° anno la crescita del numero degli utenti che visitano il servizio nuove imprese. Nel 1999 sono state circa 550. Il servizio è dedicato soprattutto agli aspiranti imprenditori e ai lavoratori autonomi che necessitano orientamento per la creazione di imprese e di informazioni sulle procedure burocratiche. Mediamente lo sportello dedica un tempo di 30 – 45 minuti per ogni colloquio. Dall'esperienza maturata l'ente camerale trae spunti di osservazione e di riflessione dai quali si determina una conoscenza dello sviluppo della società imprenditoriale. Nuove iniziative, di contenuto innovativo, vengono proposte soprattutto nel campo della tutela ambientale, dei servizi legati al turismo e soprattutto nei servizi alla persona in generale.

2.14 – Attività marittimo – portuale e trasporti.

Nel settore marittimo – portuale l'attività dell'ente camerale si è incentrata sul potenziamento dei rapporti con l'autorità portuale su temi importanti, come l'analisi del mercato e dell'offerta, acquisizione di nuovi traffici, informazione alle imprese, sviluppo dell'attività crocieristica, ecc.

Nel settore trasporti si è provveduto a rafforzare i rapporti con il Comitato provinciale albo autotrasportatori e ad intensificare la collaborazione con le associazioni per la definizione di questioni di carattere strategico e di indirizzo inerenti il settore.

3 – Camera di commercio di Imperia.

La camera di commercio di Imperia nel biennio in esame ha provveduto allo svolgimento della propria attività istituzionale attraverso gli uffici camerali, un BIC, un Eurosportello e un'azienda speciale Riviera dei Fiori.

3.1– Business – Information Center (BIC).

Come le analoghe strutture presenti in quasi tutte le province, il BIC distribuisce fra le imprese informazione economica, soprattutto in materia di interventi comunitari in favore delle imprese e svolge attività di creazione di impresa. Nel caso specifico del BIC di Imperia, lo stesso cura anche rapporti italo – francesi di cui si parla più articolatamente a proposito della camera di commercio di Genova.

3.2 – Eurosportello.

Si tratta dell'articolazione provinciale di Euro – Info – Center Liguria – IT 363 gestito dall'Unione delle camere di commercio della Liguria su delega della Commissione Europea.

3.3 – Azienda speciale Riviera dei Fiori.

La predetta azienda speciale ha sede presso la camera di commercio ed è operativa da giugno 1998. Si propone di promuovere e di sviluppare iniziative interessanti l'economia provinciale, valorizzando in particolar modo l'agricoltura, l'artigianato, l'industria, il commercio ed il turismo. Tale valorizzazione si attua con l'organizzazione e la gestione, nonché la partecipazione ad esposizioni e rassegna di interesse economico sia all'interno come all'estero. L'azienda speciale non ha personale proprio, ma si avvale di 4 unità di personale camerale.

Già nel 1998 l'azienda sviluppò la partecipazione a 18 manifestazioni. Nel 1999 il programma dell'azienda comprende interventi in favore dei settori agro – alimentare, turistico, artigianale – artistico e floricolo.

E' opportuno precisare che, in senso assoluto, la maggior parte delle iniziative riguardano la valorizzazione del settore floricolo.

La camera di commercio ha svolto una notevole quantità di azioni anche in collaborazione con enti e istituzioni.

Fra questi meritano particolare attenzione i rapporti con il Comune, con la Provincia e con il GAL (Gruppo di azione locale) per lo sviluppo delle valli della provincia di Imperia. Si ritiene interessante esaminare il contenuto della collaborazione.

3.4 – Rapporti con il Comune.

E' stata svolta la convenzione di cooperazioni per promuovere, nel quadro di Interreg II, il programma operativo italo – francese: Imperia - Nizza. La convenzione prevede lo sviluppo di alcune iniziative come la partecipazione alle manifestazioni di San Pietroburgo e di Poznan.

E' stata realizzata la guida "Sapori del Mediterraneo – l'olio e la pasta", che è stata presentata, nel settembre 2000, ad una conferenza stampa tenutasi nelle due città interessate, Nizza e Imperia.

E' stata attuata la promozione di una campagna pubblicitaria transfrontaliera. E' stata inoltre svolta una vasta attività di promozione turistica della provincia soprattutto sui mercati dei paesi dell'Est. L'iniziativa si è avvalsa dell'organizzazione di saloni e di work – shops internazionali.

3.5 – Rapporti con il GAL (Gruppo azione locale).

La camera di commercio ha proseguito la collaborazione nell'ambito del programma Leader 2 per la realizzazione del progetto "Strada dell'olio".

L'azienda speciale è soggetto attuatore di 2 azioni: la 3.4 e la 3.5.

L'azione 3.4 consiste in un piano di marketing costituito da partecipazione a fiere, eventi sul territorio, realizzazione materiale promozionale, educational tours.

L'azione 3.5 consiste nell'attivazione di sistemi informativi turistici sul territorio delle valli.

3.6 – Rapporti con l'Amministrazione Provinciale.

E' proseguita la collaborazione per l'Osservatorio economico provinciale che ha fornito dati congiunturali e strutturali sul sistema economico sociale ed identificato le tendenze nuove che emergono dalla raccolta e dall'elaborazione dei dati statistici.

3.7 – Servizi di regolazione del mercato.

Per i servizi di regolazione del mercato è stata attivata la Camera di conciliazione per risoluzione di controversie in materia di subforniture.

3.8 – Partecipazioni.

Il quadro delle partecipazioni della camera di commercio ad altri organismi a consorzi, a società o altro è così schematicamente riassunto:

- Autostrada dei Fiori S.p.A.
- Imperia Mare S.p.A.
- World Trade Center
- Mediocredito Toscano S.p.A.
- Finligure S.p.A.
- Soc. di Cooperazione Agricola in liquidazione
- Autostrada Ceva Garessio Albenga S.r.l.
- Tecnoholding Spa
- Aeroporto di Villanova d'Albenga S.p.A.
- Società Generale Turismo Sanremo in liquidazione
- Eurocin – GEIE
- Infocamere S.p.A.
- BIC Liguria S.p.A.
- Centro Pastore

4 – Camera di commercio di La Spezia.

L'attività nel biennio 1998 – 1999 dell'ente camerale si è svolta facendo ricorso alle risorse umane interne, alle informazioni dedotte da registri, albi e ruoli e, soprattutto per quanto riguarda l'attività promozionale, ricorrendo alle articolazioni collaterali: Eurosportello e le aziende speciali.

4.1 – Eurosportello.

Si tratta dell'articolazione provinciale dell'Euro – Info – Center Liguria – IT363 gestito dall'Unioncamere Ligure su delega della Commissione Europea.

4.2 – Azienda speciale "Euroinformazione , Promozione e Sviluppo".

Tra i compiti di detta azienda i più importanti sono rappresentati dall'attività di promozione di nuove imprese, lo sviluppo di attività inerenti la tutela e la salvaguardia del patrimonio ambientale e infine la diffusione dell'innovazione tecnologica.

4.3 – Azienda speciale "Manifestazioni fieristiche e Formazione".

Essa cura dei progetti di promozione della commercializzazione dei prodotti agricoli e artigianali locali. Cura la promozione e la gestione di infrastrutture necessarie per l'economia locale.

4.4 – Attività promozionale diretta.

L'ente camerale gestisce anche direttamente l'attività promozionale e il filone più significativo è rappresentato da iniziative realizzate in collaborazione con altri enti esterni.

4.5 – Regolazione del mercato.

Nel settore di attività sopra specificato la camera di commercio ha istituito due commissioni di conciliazione: una tratta di vertenze fra imprese commerciali e l'altra è dedicata alla conciliazione fra imprese e consumatori.

La camera di commercio dispone anche di una camera arbitrale.

4.6 – Partecipazioni camerali ad organismi associativi.

La camera di commercio partecipa a 36 organismi quali consorzi, società o altre forme associative. La partecipazione è prevista dall'art. 2 comma 2 della legge 23.12.1993, n. 580.

Le partecipazioni più significative riguardano organismi che si dedicano alla promozione di insediamenti produttivi, alla gestione di infrastrutture di trasporto (aeroporto, autostrade, linee ferroviarie, Assonautica) a centri espositivi, a istituti di credito cooperativo, ecc.

4.7 – Progetti realizzati con le risorse del fondo perequativo.

L'ente camerale spezzino, nel biennio di riferimento, ha avanzato richiesta di contributo all'Unioncamere per la realizzazione di numerosi progetti che hanno utilizzato le

risorse del fondo perequativo di cui all'art. 18 della legge n. 580/1993. Nel 1998 i progetti più significativi hanno riguardato: una indagine congiunturale sull'industria ligure, il potenziamento di sportelli informativi ad indirizzo tecnologico, il decentramento dei servizi camerali mediante supporto telematico, archiviazione ottica di fascicoli trasferiti dalla Cancelleria del Tribunale civile al registro delle imprese, lo sportello di orientamento nuove imprese.

Nel 1999 ulteriori progetti hanno riguardato, oltre alla continuazione di alcuni già iniziati nell'anno precedente, un piano di marketing per l'area di La Spezia, la creazione di una rete di centri di informazione sui brevetti nazionali ed europei, la costituzione di uno sportello unico per le attività produttive, la promozione della cultura conciliativa per il potenziamento del servizio offerto, e infine iniziative del commercio elettronico.

L'ente camerale di La Spezia presenta entrate correnti per circa 9 miliardi e 238 milioni di lire e riesce a dedicare agli interventi di promozione economica la somma di L. 2.547.000.000, somma della quale ben 667.000.000 sono rappresentati da quote associative ad organismi del sistema camerale.

Nel 1999 le entrate correnti sono scese a 8.668.000.000. soprattutto per la diminuzione del gettito del diritto annuale e anche dei diritti di segreteria e infine anche di proventi diversi. Agli interventi di promozione economica è stata riservata una quota di L. 2.931.000.000, di cui L. 639.000.000 rappresentati da quote associative ad organismi del sistema camerale.

5 – Unioncamere ligure.

L'attività dell'Unioncamere della Liguria si è concentrata nei settori di intervento più tipici come la giuria della congiuntura che mette in evidenza l'andamento congiunturale dell'industria regionale, l'elaborazione del rapporto Liguria rappresentato da una pubblicazione sui principali indicatori statistici regionali, la realizzazione del progetto Excelsior che, come è noto, consiste in un'indagine sulle necessità occupazionali delle imprese.

L'Unioncamere si occupa anche di ambiente con raccolta dei modelli unici di dichiarazione ambientale (MUD) e gestisce il mercato telematico dei rifiuti utilizzabili con le Borse dei recuperi industriali.

L'Unioncamere ligure cura la promozione di prodotti a denominazione di origine come ad esempio i vini DOC partecipando, ogni anno, a Vinitaly. L'Unioncamere intrattiene, in rappresentanza delle camere di commercio, i rapporti con la regione Liguria collaborando alla stesura di progetti in favore delle imprese e curando l'informazione delle opportunità offerte da varie leggi sull'incentivazione dell'economia.

Regione Lombardia.

La Regione Lombardia ha inviato la relazione prescritta, quale allegato alla propria nota prot. A12001-0012404 del 16.3.2001. La predetta relazione era stata oggetto di una presa d'atto della Giunta regionale di cui alla delib. n. VII/3767 del 9.3.2001.

La relazione prende in esame due esercizi 1998 e 1999. Nella relazione si fa riferimento a molteplici aspetti fra i quali lo stato di applicazione della legge di riforma delle camere di commercio, l'attività istituzionale svolta dall'Unione regionale delle camere di commercio, dal centro commercio estero e dalle Aziende speciali.

La relazione appare strutturata in forma di sintesi generale per tutto il territorio. In altre parole non viene effettuata un'analisi per singola camera di commercio. Il metodo adottato, che è comune anche alla Regione Emilia Romagna, appare molto efficace non solo

perché facilita la predisposizione della relazione finale, ma anche perché fornisce alla Regione stessa una visione d'insieme del sistema camerale, utile ai fini di un rapporto collaborativo.

La relazione si apre con un richiamo alla consistenza dei Registri imprese della Lombardia (716.240 nel 1998, che diventano 725.463 nel 1999) che presenta un accentuato dinamismo verso l'aumento.

Si fa notare che la Lombardia presenta la più elevata densità di imprese sul territorio 30,4 per km^2 e il più elevato indice imprese: 1000 abitanti 80,0.

I dati sopra riportati sono riferiti al 31.12.1999. Le camere di commercio della Lombardia si presentano come un sistema articolato in 11 sedi principali a livello provinciale, 25 sedi distaccate sul territorio corrispondenti, per lo più, con i comuni più importanti. Mediamente si dispone di una sede operativa ogni 23.885 imprese.

Il sistema è articolato da ulteriori 48 strumenti operativi quali aziende speciali per la promozione (7) e la formazione (6), per il trasferimento tecnologico (1), eurosportello (9), camere arbitrali (8), laboratori (2), borse merci e sale contrattazioni (15).

Nel corso del biennio 1998 – 1999 sono stati insediati tutti i consigli camerali della Lombardia.

Nel complesso, i consiglieri camerali risultano provenire dai vari settori economici secondo la seguente ripartizione:

Industria	25,1%
Artigianato	21,3%
Commercio	15,5%
Agricoltura	7,6%
Altro	30,5%

La composizione complessiva dei membri delle giunte camerali si discosta alquanto per effetto del disposto dell'art. 10 della legge n. 590 del 1993, il quale dispone che almeno quattro settori, industria, artigianato, commercio e agricoltura, debbono essere rappresentati obbligatoriamente.

1) - Le risorse umane.

Il sistema camerale lombardo presenta un patrimonio umano di ottimo livello professionale.

I dipendenti sono, complessivamente, 1299 dei quali 254, in possesso di laurea. I dirigenti sono pari a 30. I dati ora riferiti riguardano il 1998, mentre nel 1999 la consistenza globale scende a 1265 unità delle quali 251 in possesso della laurea. Al 31.10.1999 ben 231 posti della pianta organica, risultano vacanti.

In generale, il personale camerale tende alla contrazione della sua consistenza e il fenomeno si rende ancor più evidente se si considerano i contingenti del personale a tempo determinato che dalle 325 unità del 1998, passa alle 259 del 1999.

Si tratta, evidentemente, di una risposta al recupero di efficienza degli enti camerali con la razionalizzazione delle procedure e l'informatizzazione dei processi.

Il personale camerale a tempo indeterminato risulta impegnato per il 23,4% nei servizi amministrativi; per il 21,2% nei servizi anagrafici; per il 32,5% nei servizi interni (ragioneria, personale, economico, archivio, protocollo ecc.); per il 9,3% nei servizi tecnici; per il 9,3% nei servizi promozionali, per l'1,2% nei servizi di studio.

2) - La finanza camerale.

Di rilevante interesse appare l'esame della finanza camerale che con una opportuna sintesi viene condotto sul conto economico aggregato.

Nel 1999 i proventi della gestione corrente ammontano a 357.037 milioni, con una leggera flessione (- 0,3%) rispetto all'anno precedente. Il totale degli oneri di gestione corrente, sempre al 1999, è pari a L. 339.674 milioni. Il risultato della gestione corrente è pari a L. 17.364 milioni.

E' occasione per rilevare che le spese per iniziative di promozione economica pari a L. 115.146 milioni, rappresentano il 33,9% degli oneri della gestione corrente.

L'investimento, se sommato a quello sostenuto per le quote associative (pur sempre iniziative in favore dell'economia) sale a L. 151.843 milioni (44%).

Tuttavia gli investimenti per spese promozionali presentano un incremento passando dal 1998 al 1999.

Si tratta di investimenti di entità superiore a quella media nazionale e rappresentano una adeguata risposta agli stimoli che provengono dalla economia locale.

Detto investimento espresso come rapporto fra spese promozionali ed imprese attive, si attesta, nel 1999, sul livello di L. 134.000 per impresa circa con punte minime di L. 67.000 per Lecco e le punte massime di L. 179.000 per Milano.

Un altro indice che si ritiene opportuno considerare è quello del rapporto tra spese per il personale e il numero delle imprese attive. Tale indice medio per la regione si attesta su l. 99.000 con minimi di L. 78.300 per Brescia e massimi di L. 124.000 per Cremona.

La Regione Lombardia ritiene che il sistema camerale lombardo ha proseguito, nel biennio di riferimento, il suo programma di costruzione di un modello di p.a. il cui sistema amministrativo risulti efficace e semplificato.

Le imprese vogliono, infatti, stabilire rapporti con una p.a. snella e che adotta la tecnologia più diffusa. L'adozione della rete di informatica per il Registro imprese costituisce il punto di forza del sistema camerale. Ma le camere di commercio della Lombardia non hanno curato solo il servizio di informazione alle imprese. Sono intervenute direttamente sulla promozione economica con le risorse che sono state in precedenza indicate. Così il sistema camerale è intervenuto non solo per la conquista di nuovi mercati ma anche per ricercare una più razionale collocazione nei mercati giù conquistati.

I metodi di intervento economico sono stati via via affinati e resi più efficaci.

3) - L'Unione regionale delle camere di commercio della Lombardia.

L'azione di Unioncamere consiste essenzialmente nel porsi al servizio di coordinamento e valorizzazione delle 11 camere di commercio della Lombardia. Tale azione di servizio riguarda i rapporti con le istituzioni pubbliche ai vari livelli (livello regionale, nazionale e comunitario), con i vari soggetti interessati all'azione delle camere e infine con la rete del sistema camerale (Unione italiana, altre unioni regionali, strutture specializzate del sistema, ecc.).

Nel territorio lombardo la "missione" dell'Unioncamere si è delineata affinché sul territorio si consolidino politiche e passi favorevoli alla crescita del sistema delle imprese in una prospettiva di sviluppo sostenibile che raccolga il consenso di tutti i soggetti operanti sul mercato.

Il metodo di lavoro di Unioncamere si sviluppa a rete, con il coinvolgimento di commissioni istituzionali e di gruppi di lavoro e con lo scopo di integrare istituzioni politiche e enti camerali.

Sulla base di questa rete di relazioni il sistema camerale lombardo acquisisce un significativo livello di rappresentatività.

La Regione ritiene che, ancora, il percorso per giungere al compimento della democrazia economica non sia perfezionato. Il modello di gestione allargato deve essere consolidato e tale modello non può risultare dalla sommatoria dei bisogni e degli interessi settoriali, ma deve realizzare la capacità di individuare obiettivi di interesse regionale e di realizzare intorno ad essi progetti condivisi e integrati.

In questi ultimi anni si è manifestata la necessità di rafforzare il ruolo dell'Unione regionale sul tema dei servizi. Si tratta non solo dei servizi che manifestano un rilievo regionale ma anche quelli che, pur essendo resi dalle singole camere di commercio, possono avere con l'Unione un rapporto significativo, sul tema dell'organizzazione. In altre parole si cerca, per l'Unione, una strategia di rappresentatività del sistema camerale, nei confronti di problemi e di esigenze regionali.

Negli anni 1998 e 1999 ha preso avvio presso l'Unioncamere l'attività di 9 commissioni istituzionali alle quali sono state affidate le problematiche dei seguenti settori:

- Artigianato e p.m.i.
- Agricoltura
- Ambiente
- Commercio
- Turismo
- Credito e Finanza
- Trasporti
- Internazionalizzazione delle imprese
- Euro.

Accanto alle predette commissioni sono attivi anche numerosi gruppi di lavoro intercamerali su progetti e settori di particolare importanza strategica: contabilità economica, ordinamento del personale camerale, consulta dei conservatori del Registro imprese, regolazione del mercato, uffici metrici, ecc.

Il personale dell'Unione regionale, nel biennio, si è mantenuto della stessa consistenza: 29 unità delle quali 11 laureati. Le 29 unità sono suddivise come segue: Direzione, 1; Servizi interni, 8; Servizi promozionali, 12; Servizi studio e statistica, 6.

Nel biennio 1998 – 1999 il movimento finanziario dell'Unione si presenta nei seguenti termini:

	1998 L. mln	1999 L. mln.	Var. % 1998/1999
ENTRATE			
- Quote partec. CCIAA Lombardia di cui:	14.215	14.448	1,6
- Quota ass.va ord.	7.073	6.940	-1,9
- Contr. ass.vo per art.	7.142	7.507	5,1
- Proventi da indagini, studi, ecc.	9.950	5.607	-43,6
- Varie	2.196	1.360	-38,1
Totale entrate correnti	26.360	21.416	-18,8
- Entrate in conto capitali	3.194	1.472	-53,9
- Gestioni speciali	1.221	218	-82,1
TOTALE ENTRATE	40.690	34.959	-14,1
USCITE			
- Spese per personale	3.094	3.029	-2,1
- Interventi svil. econ.	21.621	16.149	-25,3
- Altre spese correnti	3.771	3.739	-0,8
Totale spese correnti	28.487	22.917	-19,6
- Spese in conto capitale	1.443	55	-96,2
- partite giro	9.915	11.853	-19,5
- Gestioni speciali	1.221	218	-82,1
TOTALE SPESE	41.068	35.044	-14,7
Disavanzo di competenza	-376	-84	

Si può osservare che fra le entrate correnti rilevante appare il peso delle quote di partecipazione camerale, mentre sono in diminuzione le altre entrate come quelle da proventi da indagini, rilevazioni, ecc. Questo fenomeno è dovuto alla posticipazione dei tempi di realizzazione di alcuni progetti e all'intervento di altri soggetti nella realizzazione di detti studi.

Fra le spese correnti acquistano particolare significato gli interventi per lo sviluppo economico regionale. La diminuzione degli impegni fra il 1998 e il 1999 è apparente. Nel 1998 si ebbe una eccezionale disponibilità di fondi per interventi economici ma la coincidenza non si è ripetuta nel 1999.

L'Unioncamere ha svolto nel periodo azioni di rappresentanza del sistema camerale presso la Regione, ha attuato il decentramento amministrativo ed ha curato le convenzioni che regolano lo svolgimento delle attività delegabili da parte della Regione, ha contribuito alla realizzazione e al consolidamento di servizi presso le camere di commercio contribuendo alla loro integrazione in rete, ha svolto attività di assistenza presso gli enti locali della Regione in materia di programmazione economica.

L'unione ha svolto, pure, una attività di rilievo nella promozione degli interessi delle imprese, attraverso numerosi interventi e azioni concertate oltre che con il sistema camerale, anche con la Regione Lombardia e le associazioni di categoria degli imprenditori.

Si nota nei modi di intervento del sistema camerale una positiva evoluzione dalla impostazione settoriale per orientarsi verso azioni a favore di distretti, di filiere produttive, di innovazione e di trasferimento tecnologico.

L'unione ha stimolato la formazione imprenditoriale in collaborazione con alcune aziende speciali camerali della regione. La formazione ha toccato in modo particolare: i servizi, l'industria e l'artigianato. Nel corso del 1999 si sono concretizzati progetti formativi che beneficiano del totale finanziamento comunitario (100% a carico del FSE). Fra questi progetti si ricorda SIMIL e quello di "Esperta in opportunità imprenditoriali per l'artigianato femminile".

Il settore dell'artigianato è stato investito delle iniziative delle "Convenzione artigianato", messe a punto in accordo con Regione Lombardia e organizzazioni imprenditoriali. Le iniziative che rientrano nella convenzione sono: commercializzazione verso l'estero, sul mercato interno, ambiente, infrastrutture locali, qualità e innovazione, euro, credito e finanza, formazione certificazione del sistema associativo e dei confidi, ecc. Il piano contempla 30 progetti che riceveranno contributi per un ammontare di 12,2 miliardi di lire.

All'interno dell'area credito e finanza l'attività di Unioncamere si è indirizzata verso la realizzazione di una rete di punti ove viene offerta informazione sul sistema del credito e della finanza. Attraverso l'Ufficio di Bruxelles viene assicurata una assistenza sulle norme comunitarie di incentivazione.

Nel 1998 è stato attivato il progetto SMART che si propone lo scopo di favorire la nascita della imprenditoria artigiana.

E' in corso di realizzazione da parte di Unioncamere un progetto riguardante la sub – fornitura, e che consiste nell'approntamento di una banca dati delle imprese lombarde, interessate a questo tipo di attività.

Il progetto "subforniture" è svolto nel comitato Network subforniture, quale organismo costituito dalla Unioncamere anche di altre importanti regioni.

Nel 1999 è stato attivato un programma di sviluppo delle piccole e medie imprese dell'area mediterranea attraverso il trasferimento di tecnologie.

L'Unioncamere ha svolto una incisiva attività in favore della introduzione dell'euro, creando un comitato nell'ambito del sistema camerale.

Nel 1998, fra l'Unioncamere e la Regione Lombardia viene stipulata una convenzione allo scopo di rendere stabile e sistematica la collaborazione in materia ambientale. Fanno parte di questa convenzione: l'informazione economico-statistica l'assistenza alle imprese per lo sviluppo di un comportamento eco – compatibile e la semplificazione amministrativa.

Sempre nel quadro della collaborazione con la Regione Lombardia si è data attuazione ad un progetto tendente a stimolare le imprese artigiane ad intraprendere un percorso finalizzato all'ottenimento e alla promozione del marchio di qualità Ecolabel.

Rappresentano aspetti qualificanti dell'attività di Unioncamere il Progetto "Ring", rete regionale degli sportelli di informazione economico – territoriale e l'impianto della rete di sportelli di informazione statistico – economica.

Regione Veneto

La Regione Veneto ha rimesso la relazione di cui trattasi quale allegato alla propria nota n. 10779/30301 del 14.12.2000. Si tratta della parte riguardante l'esercizio 1998. Successivamente, in data 6.6.2001, prot. 5397/49.30.301, la predetta Amministrazione ha

rimesso un seguito di relazione riferito all'esercizio 1999, come del resto aveva richiesto lo scrivente Ministero, constatato il sensibile ritardo con il quale venivano rimesse dalle Regioni le predette relazioni (v. circolare n. 3 74/c del 14.12.1999 del Ministero).

Anche in questo caso, come è accaduto per la maggior parte delle Regioni che vi hanno provveduto, si tratta di una relazione che tratta singolarmente ognuno dei 7 enti camerali del Veneto.

Tuttavia la trattazione è ricca di dati e informazioni. Nella trattazione di ogni ente camerale viene eseguita una sintesi dei due periodi 1998 e 1999.

1) Camera di commercio di Venezia.

Questo Ente vedrà insediato il nuovo consiglio camerale il 3.11.1999.

Esso dispone di una sede centrale e 4 sedi distaccate (Mestre, S. Donà di Piave, Chioggia, Portogruaro), di una borsa merci, di una camera arbitrale, di tre aziende speciali. Presenta un imponente numero di partecipazioni(40, delle quali: 1 riguarda il mercato agro-alimentare all'ingrosso, 3 infrastrutture per le portualità, 3 infrastrutture aereoportuali, 4 infrastrutture stradali, 4 la formazione, 4 l'assistenza e la diffusione della tecnologia.

Circa il personale, l'ente dispone di una pianta organica di 140 unità delle quali 130 risultano in servizio.

Agli effetti della presente relazione si ritiene opportuno osservare che risultano destinate ai servizi promozionali 12 persone e ulteriori 5 unità vengono destinate ai servizi di studio. Si ha l'impressione che ai suddetti servizi vengono destinate poche unità anche se a correzione del giudizio si deve tener conto dell'attività delle tre aziende speciali.

1.1) Promozione degli scambi con l'estero.

Le iniziative promozionali di diretta conduzione da parte dell'Ufficio camerale sono riassumibili come segue:

- Contributi a camere di commercio italiane all'estero L. 16.000.000
- A consorzi export L. 109.000.000
- Partecipazioni a Mostra Anuga di Colonia
- Attività formativa per operatori con l'estero: 1 corso con 37 partecipanti
- Ricevimento di delegazioni straniere (n. 10)
- Corsi di specializzazione: IVA negli scambi con l'estero (39 partecipanti)
- Seminari e Convegni:
  - i contratti distribuzione commercio estero: 45 partecipanti
  - adempimenti doganali: 29 partecipanti
  - novità IVA 1999: 71 partecipanti
  - i termini di resa delle merci: 39 partecipanti
  - Euro: opportunità per le p.m.i.: 70 partecipanti
  - progetto Eurologo: 50 partecipanti

La spesa complessiva sostenuta per la formazione ammonta a L. 40.000.000

1.2) - Supporto all'innovazione.

Già dal 1994 è attivo un fondo, istituito d'intesa con l'Associazione degli Industriali, per erogare incentivi finanziari per le imprese. Tali incentivi hanno permesso l'abbattimento (entro un periodo di due anni) di due punti percentuali dei tassi di interesse sui finanziamenti per spese di innovazione tecnologica.

1.3) Promozione di nuove imprese.

La camera ha svolto servizi informativi per gli aspiranti imprenditori, ha fornito informazioni su altre agevolazioni offerte dalla legge n. 95/95 sulla formazione dell'imprenditoria giovanile.

1.4) Promozione della commercializzazione in Italia.

L'attività si è svolta con la partecipazione a mostre fuori provincia: nel 1999, n. 3 iniziative per 28 imprese partecipanti.

L'Ente ha concesso contributi a consorzi di tutela vini DOC ("Pramaggiore" e "Dal Piave") e di tutela del formaggio montano. Nel 1998 l'ente ha partecipato al sostegno economico della mostre enologica di Pramaggiore.

1.5) Finanza e credito.

Nel 1998 e nel 1999 sono stati erogati direttamente contributi alle imprese allo scopo di incentivare la capitalizzazione e l'innovazione tecnologica delle p.m.i. industriali. Il volume dell'investimento di aggira intorno a L. 300.000.000.

L'Ente camerale ha sempre concorso all'impinguamento del fondo rischi dei consorzi di garanzia fidi che assommavano a 11.

1.6) Turismo.

L'Ente camerale ha investito nella promozione del turismo, attraverso lo sviluppo delle infrastrutture: porti turistici, strutture alberghiere, punti di accoglienza e informazioni per i turisti, attraverso l'assetto del territorio con interventi per la valorizzazione del patrimonio artistico, per il sostegno al credito nel settore turistico, contributi a singole manifestazioni e per l'organizzazione di eventi di promozione turistica.

La camera pubblica annualmente brochure, depliants, guide, incentiva la partecipazione delle imprese a manifestazioni turistiche specialistiche per il turismo.

1.7) Studi, ricerche e documentazione.

L'Ufficio di statistica ha svolto, nel biennio, una considerevole attività di fornitura di informazioni statistiche riguardanti: il commercio con l'estero, i prezzi all'ingrosso, la demografia delle imprese, l'indice dei prezzi al consumo, le retribuzioni, i contratti e il costo del lavoro, ecc.

Le aree di rilevazione statistica comprendono (per citare le più importanti):

- Sistema informatico per l'occupazione (progetto Excelsior)
- Consistenza del bestiame
- Opere pubbliche
- Attività edilizia
- Prezzi al consumo per le famiglie di operai o impiegati
- prodotti ortofrutticoli introdotti nei mercati all'ingrosso
- Indagini multiscopo sulla famiglia
- Consistenza grandi magazzini, supermercati, ecc
- SIREDI

- Indagine sulle forze di lavoro

1.8) Finanza camerale

Nel 1999 le entrate correnti accertate sono state pari a L. 27,480 mld. con un leggero aumento rispetto al 1998. Le entrate complessive sono però ammontate a L. 46,735 mld.

Le spese correnti sono state pari a L. 23,221 mld. ma nel complesso gli impegni accertati ammontano a L. 50,916 mld. mentre le spese effettivamente impegnate ammontano a L. 50,916 mld.

Per le spese promozionali, la camera ha impegnato, nel 1999, la somma di L. 8.898.111.139, leggermente superiore alla somma impegnata nel 1998 (L. 8.693.453.097).

L'avanzo finanziario per il 1999, ammonta a L. 4.187.874.594

1.9) Le aziende speciali dell'ente camerale veneziano.

Azienda speciale "Porto di Chioggia".

Costituita nel 1979 e attiva dal 1982, l'azienda speciale, con un organico di 6 persone si occupa della promozione della commercializzazione in Italia mediante attività di informazione su fiere e mostre in Italia, informazioni su visite e missioni.

Più precisamente è necessario indicare l'attività di gestione di infrastrutture portuali, nell'attività di deposito merci e di spesa pubblica.

L'azienda speciale nel 1999 ha beneficiato di contributi dell'U.E. per la realizzazione di infrastrutture portuali, banchine, piazzali, canali navigabili e raccordi ferroviari.

Il consuntivo 1999 mostra un totale generale delle entrate pari a L. 2,635 mld. (contro un preventivo di L. 1,942 mld.) e un totale generale delle uscite per L. 1,687 mld. L'azienda appare finanziariamente autonoma rispetto all'ente camerale.

Azienda speciale "Promocommercio".

Costituita nel 1993, presenta un organico di 4 unità, si occupa di formazione e di servizi per la gestione d'impresa.

Nel 1999, ha svolto l'attività di informazione e orientamento al lavoro e preformazione, accompagnamento e incontro domanda – offerta di lavoro, studi e ricerche promossi in sede locale dalle CCIAA.

Nello stesso anno ha realizzato due corsi per il conseguimento del diploma universitario, nei sistemi informativi e in economia e gestione del turismo. Capomotore dell'iniziativa appare l'Unione italiana delle camere di commercio.

L'azienda si dimostra molto attiva nella gestione delle banche dati, degli studi, ricerche e progetti nonché nella pubblicazione di indagini sul commercio nei centri urbani, sul monitoraggio dell'offerta turistica, sul marketing urbano e riqualificazione dei centri urbani.

Gli strumenti utilizzati per condurre in porto le azioni sono: pubblicazioni, convegni, manifestazioni, mostre ecc. Ha curato per la Camera di commercio la diffusione del progetto Eurologo.

L'azienda "Promocommercio" presenta per il 1999 un bilancio preventivo con entrate per L. 450.000.000 e uscite per L. 405.000.000. Il contributo camerale è pari a L. 438.000.000 cioè la quasi totalità delle entrate.

Azienda speciale "ASAP".

Costituita nel 1988, detta azienda ha iniziato la propria attività nel 1993, presenta un organico di 4 persone, si occupa di rapporto all'innovazione e di formazione di nuove imprese.

Ha svolto, nell'esercizio, corsi per imprenditori, dirigenti, quadri su aspetti sanitari nel commercio dei prodotti ittici, su acquacoltura e sulla pesa in laguna.

Ha inoltre organizzato la partecipazione a fiere e mostre in Italia, ha istituito un osservatorio ittico, ha attuato campagne promozionali pubblicitarie per la promozione delle produzioni locali ecc.

Il conto consuntivo 1999, presenta entrate per L. 538.000.000 (di cui L. 350.000.000 quale trasferimento dal bilancio camerale) e uscite per L. 557.000.000.

2) Camera di commercio di Padova.

Questo Ente camerale ha insediato il proprio consiglio camerale il 24.11.1999 ed ha provveduto alla formazione degli organi secondo il disposto della legge di riforma. La dotazione organica è pari a 133 unità delle quali 129 in servizio, di cui 8 destinati ai servizi promozionali e 7 ai servizi di studio.

La Camera di Padova dispone di una borsa merci, una sala contrattazione, una camera arbitrale, due aziende speciali e cinque sedi distaccate: Cittadella, Monselice, Pieve di Sacco, Camposanpiero, Montagnana.

Presso la sede centrale è in funzione l'Eurosportello e lo sportello informativo dell'azienda speciale "Tecnopadova".

L'Ente camerale partecipa ad un consistente numero di organismi associativi (21) quali: Ente Fiera, Mercato agroalimentare, infrastrutture per la portualità, infrastrutture aeroportuali, infrastrutture stradali, organismi ed istituti di cultura e ricerca, di assistenza e diffusione della innovazione tecnologica, di formazione, ecc.

2.1) Promozione degli scambi con l'estero.

Anche l'Ente camerale padovano partecipa con contributi al sostegno dell'attività delle camere di commercio italiane all'estero (6) ai consorzi per l'export e concedendo a imprese terze contributi per la partecipazione a esposizioni all'estero.

Per brevità e anche a titolo esemplificativo si riferisce circa l'attività svolta nel 1999.

Si è proceduto al ricevimento di numerose delegazioni estere con la partecipazione di imprese locali. Il maggior numero delle imprese è risultato interessato alle delegazioni provenienti da paesi extra U.E.

Inoltre è stata organizzata una missione di operatori locali interessati al mercato cileno ed un'altra missione interessata al mercato argentino.

Inoltre l'ente ha organizzato seminari e convegni specializzati (6) sollecitando l'interesse di circa 900 partecipanti e corsi di specializzazione (1) con 25 partecipanti.

Il personale che svolge attività con l'estero è pari complessivamente a 9 unità..

2.2) Formazione per l'impresa.

Nel 1999, la camera di Padova ha organizzato corsi, convegni, workshops nell'intento di fornire un supporto formativo in favore della migliore formazione degli imprenditori. Le spese per detta attività formativa sono state sostenute da Centro estero veneto, Ente Padova Fiere, Provveditorato agli studi, Provincia di Padova. Complessivamente detta attività ha interessato oltre 1000 persone sia giovani disoccupati, come persone già occupate.

2.3) Promozione nuove imprese.

Le iniziative assunte dall'ente camerale, nel 1999, in materia di promozione di nuove imprese sono consistite nella erogazione di contributi ai consorzi fra imprese, la partecipazione alle società di gestione del patto territoriale, l'adesione al Consorzio Floro-vivaistico, la collaborazione al "Progetto Nuove Imprese" proposto dal Comune di Padova per la promozione di specifici interventi, anche finanziari a favore delle nuove imprese, le iniziative promozionali per le imprese edili, impiantistiche e meccaniche, la formazione di docenti delle scuole di II grado per l'introduzione all'autoimprenditorialità, la partecipazione al progetto provinciale per i servizi integrati per l'impiego.

Inoltre l'Ente camerale ha partecipato a progetti che coinvolgono anche altri enti provinciali. In particolare si ricorda l'accordo fra le Provincie di Padova e di Matera, al quale partecipa anche l'Ente camerale.

2.4) Promozione della commercializzazione in Italia.

L'Ente camerale partecipa anche con propri rappresentanti alla gestione di alcuni consorzi di tutela di prodotti protetti da denominazioni (prosciutto, formaggi, vini) e finanzia altri organismi associativi aventi per scopo la promozione della commercializzazione (Padova Export, Artigian export, Padova Moda, ecc.).

2.5) Ambiente.

Circa il rapporto con l'ambiente, l'Ente camerale svolge attività di informazione economica e banche dati nonché di assistenza e consulenza alle imprese. Gli strumenti utilizzati sono: pubblicazioni, sportello ambiente, corsi di formazione, borse residui, partecipazione ad organismi, consorzi e società.

2.6) Turismo.

La Camera si propone di sostenere lo sviluppo delle attività indotte dal turismo con incentivi per lo sviluppo di infrastrutture (alberghi), per l'assetto del territorio (contributi APT e consorzi di promozione turistica), per la formazione (organizzando corsi di qualità nel settore alberghiero e nella gestione delle risorse umane nell'industria della ospitalità), per la promozione tramite materiale turistico.

2.7) Studi ricerca e documentazione.

E' stato realizzato un progetto di benchmarking con il quale sono state individuate le esigenze delle imprese e il grado di soddisfazione per i servizi erogati. Da detta ricerca è emerso che le attività promozionali non sono sufficientemente note, che le aspettative delle imprese sono concentrate sul sostegno e sulla consulenza per la nascita di nuove imprese, sulla promozione delle produzioni locali in Italia e all'estero, sulla tutela della rappresentanza delle imprese a livello istituzionale.

Le risorse umane utilizzate nel 1999 ammontavano a 11 unità.

2.7.1) Osservatorio economico.

Con periodicità trimestrale la Camera provvede alla rilevazione degli indici dell'economia locale e della congiuntura.

Le informazioni statistiche vengono fornite dall'Ufficio statistica. Le informazioni più richieste riguardano, in assoluto, l'indice dei prezzi al consumo, la congiuntura provinciale, i prezzi all'ingrosso, la popolazione e il suo movimento anagrafico, i dati del censimento, ecc.

Le aree di rilevazione statistica più importanti sono:

- Sistema informativo per l'occupazione e la formazione (Excelsior)
- Consistenza del bestiame e delle relative produzioni
- Opere pubbliche
- Attività edilizia
- Prezzi al consumo per le famiglie di operai e di impiegati
- Prezzi alla produzione dei prodotti agricoli
- Prezzi all'ingrosso.

2.7.2) Ricerche e pubblicazioni edite dalla Camera nel 1999.

Interessante appare la serie di pubblicazioni curate dall'ente. Se ne citano le più importanti:

- Rapporto sull'economia locale anno 1998;
- La struttura produttiva in provincia di Padova;
- Evoluzione della struttura produttiva nei comuni della provincia;
- La popolazione in provincia di Padova;
- L'interscambio commerciale con l'estero della provincia di Padova;
- Aziende e unità locali della provincia di Padova;
- Sistema informativo Excelsior.

2.8) Regolazione del mercato.

L'Ente camerale dispone di una camera arbitrale (fondata nel 1985), organizzata come ufficio camerale e al cui funzionamento sono preposte tre unità. La camera presenta, come tante altre, una ridottissima attività. La camera dispone anche della commissione di conciliazione la quale pure nel biennio 1998 – 1999 ha presentato una ridotta attività (3 controversie).

2.9) Il bilancio camerale.

Le entrate correnti accertate nel 1999 sono risultate pari a L. 35,153 mld. mentre le entrate totali sono pari a L. 35.443 mld. con un aumento del 6% rispetto all'esercizio precedente. Il provento del diritto annuale è pari al 69% delle entrate.

Le spese accertate nel 1999, sono risultate pari a L. 29,295 mld., per la parte corrente e L. 31,224 mld. per la parte generale. Le spese per interventi promozionali a favore dell'economia, ammontano a L. 12,518 mld: con un incremento del 24% rispetto all'esercizio precedente. E' bene precisare che una parte notevole dello stanziamento di cui sopra è assorbito dalle due aziende speciali le quali risultano, senza che questo suoni come una censura, lontane dalla situazione di pareggio della gestione.

A prescindere dall'organismo che gestisce la risorsa di cui sopra, la disponibilità viene utilizzata nel modo seguente:

1) Formazione e assistenza tecnica	L. 3,375 mld.
2) Certificazione di qualità e innovazione	L. 0,317 "

3) Servizi a supporto delle imprese	L. 3.219 "
4) Internazionalizzazione e globalizzazione dei mercati	L. 1,329 "
5) Credito	L. 1,100 "
6) Iniziative per i consumatori	L. -------
7) Osservatorio sulle imprese	L. 0,268 "

2.10) Le aziende speciali dell'Ente camerale.

Azienda speciale "Tecnopadova".

Entrata in attività nel 1999, conta su 9 unità lavorative, si occupa di innovazione tecnologica e di servizi alle imprese. La camera di commercio ha affidato a detta azienda lo svolgimento di iniziative riguardanti informazione, formazione e servizi nel campo dell'innovazione tecnologica e gestionale, fornendo all'azienda parte delle risorse necessarie.

L'attività di formazione impegna l'azienda su tre fronti: la formazione per l'innovazione tecnologica, la scuola italiana di design, e il master di ingegneria del software.

Il conto economico dell'azienda speciale mostra un ammontare dei ricavi propri per L. 2,951 mld. e conferimenti della camera per L. 2,500 mld.

Azienda speciale "Promoqualità".

E' stata costituita nel 1993 per corrispondere all'esigenza di mantenere in vita il patrimonio di contatti, esperienze e conoscenza dei mercati italiani e esteri acquisito sino ad allora dalla Camera di commercio.

Le imprese avevano espresso il desiderio di disporre di un organo agile nell'organizzare le partecipazioni alle varie manifestazioni e che fornisse assistenza in tutte quelle operazioni commerciali e promozionali attraverso un forte intervento in favore della commercializzazione dei prodotti agroalimentari padovani. L'azienda ha trovato sinergiche collaborazioni con le realtà istituzionali della provincia e con i consorzi all'esportazione.

L'azienda ha, inoltre assunto l'onere della partecipazione a strategie di valorizzazione di ampie aree svantaggiate della provincia, nell'ambito del progetto comunitario Leader II.

Più in dettaglio l'azienda ha curato il progetto di valorizzazione della carne di coniglio, una tradizione produttiva della zona.

Importante, poi, è risultato il ruolo svolto dall'azienda speciale nella applicazione delle norme di cui al D. Lgs. n. 155/1997 riguardante il controllo sanitario dei prodotti alimentari. Nell'affrontare il pesante lavoro, l'azienda speciale si è coordinata con le dieci maggiori associazioni imprenditoriali della provincia nonché con i servizi Igiene Alimenti delle ASL delle province.

Con la partecipazione al programma di innovazione Rurale Leader II si è cercato di realizzare progetti di intervento a favore delle produzioni primarie, delle risorse umane, del turismo rurale, delle piccole imprese, dell'artigianato e della tutela ambientale.

L'azienda speciale ha presentato cinque progetti di cui tre sono progetti di formazione (olio d'oliva, uva, igiene dei prodotti), uno di promozione di vini DOC locali e l'ultimo, uno studio sull'olio di oliva dei colli Euganei.

Ancora, in breve, l'azienda speciale si è applicata ad un progetto sperimentale per l'ottenimento della qualità, ad un progetto editoriale per comunicare ai consumatori la qualità delle produzioni locali, ed infine si è applicata ad iniziative varie: tavole rotonde, serate gastronomiche, ecc.

Il conto economico 1999 presenta ricavi per L. 1,748 mld. di cui L. 1,450 mld. quale contributo in c/esercizio da parte dell'ente camerale.

Sul versante dei costi si nota che le iniziative istituzionali gravano sul bilancio per L. 0,949 mld. e per L. 0,726 mld. per costi di gestione.

3) Camera di commercio di Vicenza.

Gli organi della camera vicentina vengono costituiti nel 1997. La camera è stata fra i primi enti in Italia ad adeguarsi alla legge di riforma.

Essa dispone di 2 sale contrattazione, di 1 camera arbitrale, di 3 sportelli di conciliazione, di un laboratorio chimico, di magazzini generali e di 2 aziende speciali. Dispone inoltre di borse rifiuti, di sportello nuove imprese, di borsa immobiliare e di uno sportello imprenditoria giovanile.

L'ente camerale dispone di una sede centrale e 7 sedi distaccate (Bassano del Grappa, Schio, Thiene, Valdagno, Arzignano Lonigo, Vicenza).

Presenta un numero considerevole di partecipazioni (78) ad organismi associativi fra i quali: Enti fiera (2), Mercati agroalimentari(2), infrastrutture aeroportuali (3), infrastrutture stradali (2), centri intermodali (2), centri di formazione (11), organismi di cultura e ricerca (10) promozione all'estero e assistenza all'export (7) consorzi e cooperative garanzia fidi (24) ecc.

La pianta organica prevede 125 unità di cui in servizio 107. Sono praticate le assunzioni part-time.

Si ritiene importante osservare che ai servizi promozionali e di studio risultano dedicate rispettivamente il 15 e il 13% del personale in servizio.

3.1) Servizi promozionali.

Nel 1999 sono stati erogati contributi ad imprese per promuovere la partecipazione a fiere e mostre all'estero, per un totale di L. 363.000.000.

Molta parte dei servizi promozionali viene svolta dalle aziende speciali di cui si parlerà più avanti.

3.2) Ambiente.

Le attività svolte in favore del settore constano nella diffusione di informazione economica, assistenza e consulenza alle imprese e loro sensibilizzazione. Gli strumenti utilizzati consistono in pubblicazioni, sportello ambiente, corsi di promozione, borse residui, partecipazione a consorzi, società ecc.

3.3) Turismo.

L'ente camerale si è impegnato in modo particolare alla promozione del settore. Gli investimenti hanno riguardato lo sviluppo infrastrutturale (alberghi, centri congressuali, punti di accoglienza), l'applicazione di un marchio di qualità per le imprese alberghiere.

Sono state realizzate pubblicazioni di materiale a carattere turistico, studi, ricerche e guide.

Anche l'attività formativa è stata rilevante con corsi di preparazione per la partecipazione a fiere turistiche, per la determinazione della qualità del servizio nelle imprese alberghiere e per l'apprendimento delle lingue straniere.

3.4) Promozione di leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento alle p.m.i..

Lo sportello informatico tratta i numerosi provvedimenti che agiscono nel territorio in favore delle imprese.

3.4.1) Leggi nazionali: L. n. 488/92; L. n. 215/92, L. n. 341/95; L. n. 236/95, L. n. 95/95; L. n. 46/82; L. 1329/89; L. n. 212/92 ecc. riguardanti i settori industria, commercio, agricoltura, artigianato e servizi;
3.4.2) Finanziamenti comunitari: Seed Capital Fund, Leader II, Phare, Meds, Jev, Jap riguardanti gli stessi settori di cui sopra;
3.4.3) Leggi regionali: L.R. n. 3/91; L. R. n. 8/87; L.R. n. 45/94. I settori coinvolti, industria, commercio artigianato e servizi.
3.4.4.) Programmi comunitari utilizzati: Leader II, ADAPT del FSE.

3.5) Finanza e credito.

Questo settore di attività ha impegnato nel 1998 l'ente camerale per investimenti vicini al miliardo e la stessa cosa si ripete per il 1999.

Ancora l'ente si è impegnato in una attività di informazione sia diretta come in collaborazione con gli sportelli finanziari delle associazioni di categoria. Nel 1998 l'ente ha sottoscritto un aumento di capitale di L. 925 mld. in favore di Aeroporti Vicentini Spa, ha acquisito la partecipazione al centro ricerche sul tessile (CERTEX) e ha deciso la sottoscrizione del capitale sociale del Parco Scientifico e Tecnologico "Goldes" di Padova. E' stata pure aumentata la partecipazione alla s.c.p.a. Infocamere.

Rappresentanze della camera siedono nei consigli di amministrazione di istituti di credito e di Fondazioni bancarie (Cassa Risparmio Verona, Fond. Banco di Sicilia).

L'ente camerale eroga, ogni anno, consistenti contributi ai fondi rischi di numerosi consorzi e cooperative fidi (18) che agiscono nei settori industria, artigianato e commercio.

3.6) Promozione e gestione delle infrastrutture.

Sul mercato interno l'azione camerale ha destinato risorse per la qualificazione del terziario e per la realizzazione di infrastrutture. Secondo la stessa camera i risultati non sono apparsi soddisfacenti.

Una intensa azione è stata poi rivolta verso il Governo e la Regione per la realizzazione di importanti arterie stradali per il collegamento di importanti località con l'autostrada.

Sono state rivolte attenzioni verso una diversa gestione della società Aeroporto di Vicenza con l'avvio di una modalità di trasporto alternativo.

3.7) promozione nuove imprese.

L'attività svolta in questo campo riguarda i servizi informativi per aspiranti imprenditori, le informazioni per l'accesso al credito, le informazioni sulle agevolazioni offerte dalla legge 95/95 ecc.

3.8) Studio, ricerche e documentazione.

L'Ufficio statistica dell'ente camerale ha svolto nei due anni attività di informazione e divulgazione al pubblico sulle statistiche quali: domande di lavoro e professioni, demografia delle imprese, competenza provinciale e regionale, indice prezzi al consumo, conti economici nazionali ecc.

Le aree di rilevazione statistica più importanti sono risultate:

1) Sistema informativo per l'occupazione e la formazione Excelsior, opere pubbliche, attività edilizia, prodotti ortofrutticoli sul mercato all'ingrosso, prezzi al consumo per famiglie di operai e impiegati, consumi delle famiglie, consistenza grandi magazzini, SIREDI, ecc.

Fra le pubblicazioni più importanti: il mensile Vicenza economica, i listini prezzi, l'andamento congiunturale dell'economia vicentina.

3.9) Regolazione del mercato.

La camera di Vicenza dispone di una borsa merci e di una sala contrattazioni, di una camera arbitrale istituita nel 1995 e che nel 1999 ha svolto una discreta attività (30 arbitrati) per controversie fra imprese e 11 arbitrati tra imprese e consumatori.

Anche la commissione di conciliazione, che è entrata in funzione nel 1999, ha iniziato a svolgere, seppure in modo ridotto, la sua attività.

3.10) Finanza camerale.

Nel 1999 le entrate accertate (correnti) sono state pari a L. 28,313 mld. (con una contrazione rispetto all'anno precedente: L. 30,789 mld.) e le uscite sono state pari a L. 27,090 mld.

La parte delle uscite destinata alla promozione economica si aggira intorno a L. 13,000 mld. per ogni esercizio. Si tratta di un'aliquota molto elevata resa possibile dal buon rapporto fra numero delle imprese e costo di funzionamento dell'ente.

3.11) Le aziende speciali.

Azienda speciale "Vicenza Qualità".

L'azienda è stata costituita nel 1985 e ha avviato l'attività nel 1989. Dispone di 5 unità. E' stata istituita per la promozione degli scambi con l'estero e svolge attività di gestione di banche dati, partecipazioni a fiere e mostre nei paesi della comunità ed extra – comunitari; corsi e seminari di base sugli scambi con l'estero, stages per agenti commerciali, ecc.

Il bilancio consuntivo 1999 dell'azienda speciale mostra entrate per L. 2,942 mld. di cui L. 1,357 mld quale trasferimento camerale. Le uscite sono risultate pari a L. 2,936.

Azienda speciale "G. Rumor".

L'azienda speciale è stata istituita nel 1994 ed è entrata in attività nel 1996. Dispone di 20 unità. Svolge attività di supporto alla formazione delle imprese e di supporto all'innovazione.

Per realizzare questi fini si avvale dei seguenti strumenti:

a) Formazione di impresa
   - studi e ricerche promosse in sede locale;
   - accompagnamento domanda e offerta di lavori;
   - tavole di confronto con organizzazioni imprenditoriali;
   - promozione allievi presso imprese locali.

b) Supporto all'innovazione:
   - formazione di banche dati;
   - trasferimento di tecnologie, diffusione brevetti;
   - assistenza e consulenza;
   - iniziative nel campo della normazione e della sicurezza.

c) Ambiente:
   - pubblicazioni;
   - convegni;
   - sportello ambiente;
   - corsi di formazione;
   - borse residui.

d) Promozione nuove imprese:
   - sportello sulle opportunità offerte dalla L. n. 44;
   - informazioni su opportunità offerte da altri soggetti.

Il bilancio consuntivo 1999 dell'Azienda speicale "G Rumor" consta di L. 6,351 mld. di entrate e di L. 6,347 mld. di uscite.

Fra le entrate i contributi da enti pubblici, fra i quali può esservi anche il trasferimento camerale, ammontavano a L. 0,631 mld.

Quindi l'azienda si presenta con un lusinghiero successo di autoapprovvigionamento finanziario.

4) Camera di commercio di Verona.

Questo ente camerale, nel corso del 1998 ha visto l'insediamento del consiglio camerale e la costituzione degli organi ai sensi della legge di riforma. Dispone di una pianta organica di 116 unità di cui 104 in servizio.

Ai servizi promozionali e di studio e ricerca sono destinati il 15% del personale disponibile.

L'ente camerale veronese dispone di una borsa merci, di una camera arbitrale, di una commissione di conciliazione e di una borsa rifiuti.

Partecipa a numerosi organismi consortili come mercati agro – alimentari e centri commerciali (4) infrastrutture stradali (2) altre infrastrutture di trasporto (5), organi ed istituti di cultura e ricerca (83), assistenza all'export (1), turismo (2) ambiente (1) ecc.

La camera non dispone di sedi staccate e neppure di aziende speciali.

4.1) Le iniziative promozionali.

L'ente camerale delega una consistente parte della propria attività promozionale al Centro estero delle camere di commercio.

Nel 1999 ha erogato contributi (come del resto fatto nel 1998) alle imprese per mostre all'estero ed ha pure erogato contributi a consorzi export.

Nel 1999 ha organizzato la partecipazione a fiere e mostre entro l'UE (4) interessando 69 imprese e in paesi extra UE coinvolgendo 16 imprese.

Sono state ricevute delegazioni provenienti da paesi dell'UE (4) per 80 imprese interessate e da paesi extra UE (5) per 91 imprese risultate interessate.

Sono stati organizzati incontri conoscitivi all'estero, entro la UE.

L'attività formativa a supporto degli scambi con l'estero è stata intensa nel 1998, per poi scomparire nel 1999.

4.1.1) Promozione di nuove imprese.

L'attività di promozione viene svolta soprattutto come servizio di informazione delle agevolazioni che possono essere erogate sulla base della L. n. 95/95 riguardante l'imprenditoria giovanile, oppure di altre norme regionali e comunitarie. Il servizio è in fase di avvio.

4.1.2) Formazione per l'impresa.

Notevole appare l'attività di formazione per l'impresa con l'organizzazione di un notevole numero di riunioni, corsi, conferenze, ecc. Nel 1998 risulta impegnata per l'attività di formazione la somma di L. 558 milioni. Nel 1999 l'attività formativa è stata realizzata (senza spesa per l'ente) con enti copromotori: Eurosportello Veneto, Promoveneto, CCIAA di Vicenza, di Padova e di Treviso.

I seminari hanno riguardato: 1) la crescita e la competitività sostenibile; 2) l'euro e le imprese artigiane; 3) la gestione delle risorse umane; 4) la qualità del servizio nel servizio alberghiero; 5) la borsa dei rifiuti riutilizzabili (SIMER) ecc.

Sempre nello stesso campo di attività è stato attivato uno sportello, si è utilizzato il sistema informativo Excelsior, si sono tenuti incontri con le organizzazioni degli imprenditori.

4.1.3) Finanza e credito.

L'ente camerale eroga contributi finanziari in favore delle imprese di vari settori. Nel 1998 tali contributi hanno raggiunto il livello di circa 900 milioni e nel 1999, il livello di circa 600 milioni.

L'introduzione dell'EURO è stata sottolineata con le seguenti iniziative:

- realizzazione di un punto informativo aperto al pubblico;
- iniziative di formazione;
- preparazione di pagine WEB presso il sito della camera, newsletter, e altri servizi di informazione;
- monitoraggio periodico del processo di adeguamento delle imprese all'EURO.

4.1.4) Ambiente.

L'attività svolta si è concretizzata nella sensibilizzazione delle imprese, riguardo alla tutela e la salvaguardia del patrimonio ambientale.

Gli strumenti utilizzati sono: convegni, manifestazioni, sportello ambiemte, corsi di formazione, borsa residui.

4.1.5) Turismo.

L'attività rivolta a questo settore si è concretizzata nella organizzazione della III edizione Marchio di qualità per le imprese alberghiere, nella pubblicazione del Manuale della qualità del servizio alberghiero, nella partecipazione a manifestazioni fieristiche dedicate al turismo.

4.2) Studio, ricerca e documentazione.

Risultano addetti a detto ufficio n. 9 unità. L'attività delle camere non si discosta dalla tipologia delle altre camere di commercio del Veneto. le iniziative più importanti sono le seguenti:

- Osservatorio economico. Prende in esame, i prezzi, il mercato, le economie locali, il lavoro, i listini prezzi dei materiali di costruzione. La periodicità di rilevazione è diversa a seconda delle materie trattate.
- Ufficio statistico. Svolge attività di informazione e divulgazione al pubblico. Gli argomenti che costituiscono oggetto di richiesta di informazione sono quelli consueti con in testa l'aumento dell'indice del costo della vita e l'indice dei prezzi al consumo.

4.3) Il bilancio camerale.

Il conto consuntivo 1999 mostra un totale accertato delle entrate correnti di L. 33,778 mld. di cui L. 22,384 mld. provenienti dal diritto annuale.

Il totale generale delle entrate è pari a L. 37,600 mld. Le entrate mostrano un sensibile decremento rispetto al 1998 (- 15,1%) dovuto all'accertamento di tutto il residuo degli anni precedenti.

Le spese ammontano complessivamente a L. 38,089 mld. con un decremento del 13,2% rispetto al 1998.

5) Camera di commercio di Belluno.

La Camera di commercio di Belluno ha provveduto alla ricostituzione dei propri organi nel corso del 1998.

L'ente partecipa a 10 organismi associativi che operano nel settore delle mostre (2), delle infrastrutture stradali (2), dell'ambiente (1), della assistenza e diffusione dell'innovazione tecnologica (1), del credito (1) ecc.

La pianta organica dell'ente prevede 59 unità di cui 52 in servizio. Ai servizi promozionali e di studio è destinato il 28% del personale in servizio.

5.1) Attività promozionali.

5.1.1) Formazione per l'impresa.

In merito a tale argomento l'ente camerale svolge attività di informazione e orientamento al lavoro e pre – formazione, accompagnamento ed incontro domanda – offerta di lavoro.

Fra gli strumenti utilizzati assume rilevante importanza il sistema Excelsior.

Nel 1999 l'ente camerale, con il cofinanziamento della Regione Veneto, ha realizzato 4 corsi (somministrazione alimenti e bevande, rappresentanti di commercio, aspiranti esercenti attività ricettive, agenti di affari in mediazione) per un totale di oltre 100 aspiranti. La spesa complessiva per l'attività di formazione supera L. 91.000.000.

5.1.2) Supporto all'innovazione.

L'attività svolta dall'ente camerale consiste nella diffusione di informazioni tratte da banche dati e nell'assumere iniziative nel campo della normazione, della certificazione, della sicurezza, della responsabilità del produttore e della qualità.

Per realizzare le suddette azioni, l'ente utilizza strumenti quali sportelli, sezioni uffici camerali, pubblicazioni, convegni, manifestazioni, mostre.

L'attività di supporto all'innovazione interessa soprattutto l'industria.

5.1.3) promozione di nuove imprese.

L'ente camerale svolge attività fornendo informazioni sulle agevolazioni offerte dalle leggi sulle promozioni dell'imprenditoria giovanile e da altre leggi di varia origine, promuovendo la formazione di aspiranti imprenditori nella messa a punto di progetti di fattibilità. Svolge, inoltre, servizi informativi per gli aspiranti imprenditori, forum, informazioni di mercato e per l'accesso al credito.

Quanto sopra viene realizzato tramite convegni, seminari, ecc. tenuti dall'ente camerale a cui hanno partecipato 54 persone (1999) e 77 persone nel 1998.

Nel 1998 e nel 1999 l'ente camerale ha organizzato la partecipazione ad una esposizione nell'ambito UE con la partecipazione di 23 e 37 espositori, rispettivamente.

5.1.4) Promozione leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento delle p.m.i.

I provvedimenti agevolati per le imprese sono già stati richiamati a proposito delle altre camere di commercio del Veneto. I provvedimenti riguardano soprattutto il commercio e l'artigianato.

Nel 1998 sono stati utilizzati i vari programmi comunitari soprattutto Leader II. I finanziamenti percepiti riguardano, secondo l'origine l'Unione europea (L. 1,576 mld), lo Stato (L. 2,571 mld) e altri (L. 0,231 mld.).

Nel corso del 1999, non sono stati utilizzati programmi comunitari.

5.1.5) Turismo.

Nel periodo l'ente ha svolto attività in favore del settore:

1) con la creazione del marchio per le strutture alberghiere;
2) con corsi di formazione e marketing e qualità nelle imprese alberghiere;
3) con il sostegno ad eventi sportivi di forte richiamo.

5.1.6) Ambiente.

L'attività in favore dell'ambiente è simile a quella delle consorelle venete e del resto del paese: Si tratta di informare e sensibilizzare le imprese, di creare formazione e di fornire consulenza alle imprese e tutto ciò attraverso strumenti volontari di certificazione, corsi e seminari, sportello ambiente.

5.1.7) Finanza e credito.

E' stato erogato credito agevolato a favore delle piccole e medie imprese commerciali di servizi e turistico – alberghiere. E' stato gestito il finanziamento al commercio ex lege 449/1997 (incentivo fiscale pari al 20% degli investimenti attuati nel corso del 1998). Rilevante appare la partecipazione della Camera di commercio in favore dei consorzi garanzia fidi e delle cooperative (7 organismi).

5.2) Studio, ricerca e documentazione.

L'ente camerale ha organizzato due osservatori rispettivamente sui prezzi e sull'economia locale - congiuntura.

L'ufficio statistica ha provveduto a fornire risposte alle numerose domande le quali più frequentemente riguardano i seguenti argomenti: indici di prezzi al consumo, demografia delle imprese, occupazione, listini prodotti petroliferi, serie storiche di dati, ecc.

Le aree di rilevazione statistica più importanti sono: il sistema informativo per l'occupazione e l'informazione (Excelsior), la consistenza del bestiame, produzione di latte, prezzi al consumo per famiglie di operai e di impiegati, corsi di formazione professionale, consumi delle famiglie, ecc.

Fra le pubblicazioni si richiama il quadrimestrale (Rassegna economica) e il calendario delle fiere e dei mercati

5.3) Finanza camerale.

Dal conto consuntivo 1999, si apprende che il totale delle spese correnti ammonta complessivamente a L. 8,455 mld. di cui l. 4,499 mld. utilizzate per spese generali e istituzionali, L. 3,943 mld. per spese per interventi di promozione economica.

La quota di spesa per interventi economici sulle spese correnti complessiva appare quindi di rilevante portata.

6) Camera di commercio di Rovigo.

La Camera di commercio di Rovigo ha provveduto alla istituzione degli organi, secondo le disposizioni della legge di riforma, nel 1999.

L'ente dispone di una sala contrattazione, di una camera arbitrale e di un centro affari. Partecipa a 16 organi societari aventi le seguenti finalità: infrastrutture per la commercializzazione (2); infrastrutture per la portualità (4); infrastrutture aeroportuali (1); promozione del commercio con l'estero e assistenza all'export (1); ambiente (1); tutela e valorizzazione delle produzioni locali (2); attività edilizia economica (5). L'ente camerale dispone anche di due aziende speciali.

La pianta organica dell'ente presenta una consistenza totale di 63 unità mentre il personale in servizio scende a 48 unità.

I servizi promozionali e i servizi studio, ricerche e documentazione, complessivamente impegnano il 15% della predetta consistenza di personale in servizio.

6.1) Promozione degli scambi.

Una considerevole parte dell'attività di promozione degli scambi viene svolta dal centro regionale commercio estero e dalle due aziende speciali. Pertanto l'attività svolta dall'ente camerale appare circoscritta all'ordinarietà, come la concessione di contributi alle camere di commercio italiane all'estero, ai consorzi export e alle imprese per la partecipazione a fiere e mostre.

L'ente nel 1999, ha pubblicato il catalogo degli importatori – esportatori, ed ha provveduto al rilascio dei documenti camerali.

All'ufficio estero risulta applicata una sola persona.

6.2) Promozione leggi nazionali, comunitarie e regionali, per il finanziamento alle p.m.i.

Si tratta di un'attività di promozione della conoscenza e dell'utilizzazione di provvedimenti agevolativi dell'impresa. Fra i finanziamenti comunitari utilizzati si ricorda il programma Leader II.

Il valore complessivo di programmi varati nel 1999 ammonta a L. 11,534 mld. di cui L. 2,274 mld. provenienti dalla UE, L. 4,463 mld. provenienti dallo Stato, e L. 4,347 mld. provenienti da altri enti.

6.3) Finanza e credito.

Si tratta di un'attività svolta soprattutto sotto forma di consulenza sul credito, di colloqui generalmente aventi per scopo l'individuazione delle più confacenti agevolazioni finanziarie.

La camera di commercio partecipa ed eroga contributi a consorzi e a cooperative di garanzia collettiva fidi presenti soprattutto nei settori dell'agricoltura, dell'artigianato, dell'industria e del commercio.

Nel 1999 sono stati erogati contributi per i fondi rischi per un importo complessivo di L. 124 mld.

6.4) Studio, ricerca e documentazione.

La camera di commercio di Rovigo ha istituito due osservatori rispettivamente per i prezzi e per l'economia locale e congiuntura.

L'ufficio statistica svolge attività di informazione e divulgazione al pubblico circa le più importanti statistiche.

Anche qui, le informazioni più richieste riguardano l'indice dei prezzi al consumo, la demografia delle imprese, le iscrizioni alle liste di collocamento, ecc.

Le aree di rilevazione statistica più significative sono: sistema informativo per l'occupazione e la formazione Excelsior; consistenza del bestiame; attività edilizia; prezzi alla produzione di prodotti agricoli; prezzi all'ingrosso; consumi delle famiglie ecc.

Nel 1999, la camera di Rovigo ha pubblicato la rassegna economica del Polesine, e i dati sull'economia della provincia nel periodo 1994 – 1998.

6.5) Regolazione del mercato.

L'ente camerale dispone di una camera arbitrale, istituita nel 1994, e di una commissione di conciliazione istituita nel 1998. Ambedue gli organismi non registrano attività.

6.6) Bilancio camerale.

L'esercizio 1999 si è chiuso con entrate correnti per L. 13,157 mld. e un totale delle entrate pari a L. 18,445 mld. Le uscite sono caratterizzate per una parte corrente di L. 11,199 mld. e per un totale di L. 20,512 mld.

La quota riservata alle spese promozionali è pari a L. 5,416 mld. ma tale importo è comprensivo della somma di L. 4,851 mld. quale contributo della Regione Veneto in relazione alle competenze assente della camera di commercio in ordine alla realizzazione del progetto comunitario Leader II.

6.7) Aziende speciali.

Azienda speciale "Mercati Lusia e Rosolina".

Si tratta di una struttura fondata nel 1975 e costituita con lo scopo di promuovere i prodotti locali attraverso azioni di sostegno per il riconoscimento della qualità.

Svolge attività formative e promozionali.

Dispone di 13 unità. Gestisce anche alcune infrastrutture con soddisfacenti proventi finanziari. Tali infrastrutture sono: il mercato ortofrutticolo alla produzione che si compone delle centrali ortofrutticole di Lusia e di Rosolina.

Azienda speciale "Polesine Innovazione".

Costituita nel 1987, è entrata in funzione nell'esercizio successivo.

L'azienda ha per scopo l'attività di informazione orientamento al lavoro e pre-formazione. Dispone di 10 unità lavorative.

Per raggiungere i propri fini l'azienda speciale usa strumenti quali il sistema Excelsior, che fornisce i dati di base, nonché studi e ricerche promossi in sede locale.

Nel 1999 l'azienda ha organizzato 11 corsi di elevato livello accademico come: a) tecnici biotecnologici; b) esperti di CAD; c) office ARPAV; d) autocad R. 14; e) office 97; f) office base; corso VISQ, ecc.

Ad ogni corso partecipano dai 10 ai 25 allievi. Tutti i corsi sono cofinanziati dalla Regione Veneto. Per svolgere l'attività di formazione l'azienda gode di un trasferimento del bilancio camerale.

L'azienda svolge anche l'attività di promozione della commercializzazione in Italia, di supporto all'innovazione, rendendo servizi di informazioni, banche dati, studi ricerche progetti, assistenza e consulenza.

Anche l'ambiente rientra nelle competenze dell'azienda speciale e per i servizi resi introita un consistente ammontare di lire. I servizi resi sono quelli comuni alle altre camere di commercio venete.

L'azienda speciale organizza anche il servizio di promozione di nuove imprese.

Il bilancio delle aziende speciali (conto consuntivo 1999) esibisce ricavi per L. 2,425 mld. e costi per L. 2,421 mld. con un avanzo di esercizio di L. 3.945.515.

7) Camera di commercio di Treviso.

La camera di commercio non aveva, al 31.12.1999, ancora rinnovato i propri organi a causa dei ricorsi gerarchici presentati al Ministero.

La camera dispone di una borsa merci, di una camera arbitrale, di una commissione di conciliazione, di un laboratorio chimico merceologico, di una azienda speciale. Infine presenta una borsa rifiuti e tre sedi distaccate: a Castelfranco Veneto, Conegliano, Montebelluna.

La camera partecipa a 26 organismi associativi aventi finalità nei settori: mercati agroalimentari all'ingrosso, infrastrutture per la portualità turistica e commerciale, aeroporto, infrastrutture stradali, centri intermodali, formazione, assistenza e diffusione dell'innovazione, tanto per citare i più importanti.

La pianta organica dell'ente prevede 117 unità delle quali, al 31.12.1999, ne risultavano in servizio 115 di cui 12 operativi presso le sedi distaccate.

Il 31% del personale risulta destinato ai servizi promozionali e di studio e documentazione.

7.1) Formazione per l'impresa.

Questo settore risulta particolarmente curato attraverso iniziative di formazione di figure professionali emergenti, il potenziamento dei servizi finanziari con l'erogazione di contributi in conto capitale a favore di investimenti particolarmente idonei allo sviluppo poiché innovativi.

Per perseguire lo scopo di favorire la formazione l'ente ha potenziato l'attività della propria azienda speciale "Treviso tecnologia" e della Associazione "Curia Mercatorum" per la gestione della camera arbitrale. Ha curato l'avviamento di una nuova azienda, sotto forma di società di capitale "Società consortile Tecnologia e Design", ha potenziato il laboratorio di analisi.

Ancora l'ente camerale fornisce informazioni di orientamento al lavoro e accompagna l'incontro fra domanda e offerta.

Sempre in argomento di formazione sono stati tenuti (nel 1999, ma anche nel 1998) corsi di controllo di gestione, corsi per aziende artigiane, per tecnici modellisti di calzature sportive, per la formazione di business plan per la gestione di macchine automatiche per la maglieria, ecc.

7.2) Supporto all'innovazione.

L'attività in questo campo è consistita nell'approntamento di studi, ricerche e progetti. E' stata approntata un'analisi sullo sviluppo delle innovazioni tecnologiche nel distretto di Montebelluno.

E' stata sperimentata la nuova tecnica del rapid-tsoling per la costruzione di stampi o loro insert in materie plastiche. Altre iniziative sono state poi assunte dalla azienda speciale "Treviso Tecnologia".

7.3) Promozione di nuove imprese.

Nel 1999 è stato bandito un concorso per l'assegnazione di finanziamenti agevolati, sono stati istituiti sportelli per informazioni sul mercato, sulla concorrenza e sull'accesso al credito, sulle agevolazioni offerte in favore della imprenditoria giovanile.

7.4) Promozione degli scambi con l'estero.

Molta parte dell'attività viene svolta dal centro regionale commercio estero e dalle aziende speciali.

Sono stati erogati contributi (quote associative) a camere di commercio italiane e all'estero e a consorzi export.

La camera ha poi assunto direttamente iniziative di promozione con corsi, seminari, convegni, lavorazioni su beni intra ed extracomunitari. Alla predetta attività formativa (11 iniziative nel 1999) hanno partecipato 480 persone.

7.5) Promozione della commercializzazione dei prodotti.

L'attività svolta in questo settore si è avvalsa dei seguenti strumenti: a) campagne pubblicitarie; b) promozione delle produzioni locali attraverso i consorzi di tutela; c) valorizzazione delle produzioni locali attraverso azioni di sostegno con il riconoscimento delle denominazioni di origine; d) formazione dei prodotti locali tramite commercio elettronico.

7.6) Promozioni di leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento delle p.m.i.

Sono numerosi i provvedimenti che esplicano il loro effetto sul territorio di competenza e che sono stati richiamati anche per le altre camere del Veneto.

Interessanti appaiono anche i progetti con finanziamenti comunitari: ECIP, JOP, JEU, Fondi strutturali, LIFE.

Interessante è pure l'effetto di alcune leggi regionali di incentivazioni delle attività economiche.

7.7) Finanza e credito.

La camera ha erogato direttamente alle imprese contributi per il miglioramento della qualità della produzione e delle strutture. Tali erogazioni sono aumentate nel 1998 (L. 2,500 mld.) e nel 1998 (L. 2,150 mld.) ed hanno riguardato i quattro settori di attività: industria, artigianato, agricoltura e commercio.

L'ente camerale ha partecipato, con contribuzioni, ai fondi rischi dei vari consorzi garanzia fidi.

7.8) Turismo.

L'ente ha attivato investimenti per la promozione delle strutture alberghiere, e nello sviluppo di infrastrutture e ha pure attuato interventi per la valorizzazione del territorio e del patrimonio artistico. Gli strumenti utilizzati sono: pubblicazioni di studi, ricerche, guide,

materiale promozionale, materiale informatico sulle ville venete e su offerta eno – gastronomica, partecipazione a manifestazioni fieristiche specializzate per il turismo.

7.9) Ambiente.

L'attività svolta trova la sua base sulla raccolta dei modelli MUD ed è tesa, tale attività, alla informazione e alla sensibilizzazione, con corsi e seminari, alla consulenza, e alla assistenza. Gli strumenti utilizzati sono: convegni, manifestazioni, sportello ambiente, borse residui, incentivi finanziari.

7.10) Studio, ricerca e documentazione.

Anche la camera di Treviso ha istituito l'osservatorio sull'economia locale e sulla congiuntura. L'ufficio statistica ha svolto nei due anni considerati attività di informazione al pubblico sulle statistiche per richieste che sono comuni anche alle altre camere di commercio.

Anche le aree di rilevazione statistica sono le stesse delle altre camere.

L'ente camerale pubblica il mensile "L'economia della Marca Trevigiana", la rassegna economico-statistica della Marca Trevigiana e quindi alcune raccolte di dati e notizie sul distretto del legno e arredo e sulla innovazione tecnologica nel distretto di Montebelluna.

7.11) Regolazione del mercato.

Si è già detto che l'ente dispone di un laboratorio chimico-merceologico dedito soprattutto ai prodotti agro – alimentari eseguendo circa 8000 – 9000 analisi all'anno. Circa il 40% della attività del laboratorio viene dedicata ai settori dell'industria e del commercio.

L'attività della camera arbitrale, che come già detto è gestita da un'associazione tra categorie e professionisti denominata "Curia mercatorum", non appare particolarmente rilevante (4 procedimenti nel 1999).

La commissione di conciliazione ha, nello stesso periodo, istituito 23 procedimenti riguardanti i rapporti fra imprese e 6 procedimenti tra imprese e consumatori.

7.12) Il bilancio camerale.

La gestione finanziaria della camera si caratterizza per un forte avanzo di gestione (nel 1999 per L. 26,551 mld. giustificato con il fatto che le iniziative promozionali assunte hanno durata poliennale.

Anche il fondo cassa, quindi, presenta una notevole consistenza (L. 40,600 mld.) a causa del lento smaltimento dei residui passivi.

L'ente presenta anche una consistenza in pianta organica sottodimensionata all'importanza dell'ente.

I dati del bilancio consuntivo 1998 indicano che di fronte ad una spesa corrente di L. 28,141 mld. per gli interventi di promozione economica è stata destinata la somma di L 14,481 un importo superiore a quello medio regionale che pure appare molto elevato.

7.13) L'azienda speciale.

L'unica azienda speciale "Treviso Tecnologia" conta 29 unità ed è stata costituita nel 1989. Essa persegue numerosi scopi tipici dell'attività camerale e cioè:

7.13.1) Formazione per l'impresa.

Si tratta dell'attività più impegnativa almeno in termini di stanziamenti utilizzati. Le risorse finanziarie provengono (1999) dal FSE e dalle quote degli utenti. L'attività di formazione riguarda la sicurezza nell'ambiente di lavoro, la metrologia, la gestione dell'impresa e ulteriori argomenti via via proposti dalle organizzazioni degli imprenditori.

7.13.2) Supporto all'innovazione.

L'attività viene svolta con il ricorso alle banche dati, attraverso studi e progetti, assistenza e consulenza, formazione imprenditoriale e manageriale.

L'azienda ha assunto iniziative anche nel campo della normazione, della certificazione, della sicurezza, ecc.

7.13.3) Promozione di nuove imprese.

L'azienda ha realizzato servizi in questo campo tendenti a fornire informazioni per la diversificazione delle attività e sulle nuove opportunità.

7.13.4) Ambiente.

Circa questo campo di attività si rinvia a quanto riferito per le altre camere di commercio della Regione.

7.13.5) Il bilancio dell'azienda speciale (1999) mostra un totale delle entrate per L. 5,724 mld. somma che pareggia con il totale delle uscite. Il contributo camerale ammonta a L. 1,200 mld.. Si tratta quindi di un'azienda che presenta un buon livello di autofinanziamento, tenuto conto che molte attività fra quelle illustrate ben difficilmente sono fonte di proventi.

7.14) Unione regionale delle camere di commercio del Veneto.

Al 31.12.1999 l'Unione delle camere di commercio del Veneto aveva ricostituito gli organi secondo la nuova disciplina. Solo la camera di Treviso rimaneva ancora da completare il rinnovo.

L'Unione ha fatto funzionare nel 1991 le consulte dell'agricoltura, il gruppo di lavoro per i trasporti che è esteso anche al Friuli. All'Unioncamere è stato affidato il coordinamento per le prospettive operative ad est (Austria, Slovenia, Ungheria) e a sud verso i porti del Mediterraneo. Significativa è stata anche l'attività del gruppo di lavoro per l'ambiente che ha permesso l'intesa operativa con l'Ente Regione e con l'ARPAV in materia di ambiente.

L'ufficio studi dell'Unione ha provveduto all'uscita dei seguenti volumi:

- Relazione sulla situazione economica del Veneto;
- Fascicolo di aggiornamento sul movimento Import – Export;
- Evoluzione della struttura produttiva nel Veneto;
- Agenda 1999,

oltre alla pubblicazione del quindicinale "Veneto Flash" e "Giuria della congiuntura".

L'ufficio studi cura anche una posizione sul sito Internet della Unione, che si presenta ricca di informazioni statistiche e di congiuntura. Il sito ospita più di 2000 pagine ed è consultato da migliaia di visitatori.

Anche l'attività di divulgazione del patrimonio di dati è risultata ricca di soddisfazioni.

Sono stati richiesti con particolare frequenza i dati sulle agevolazioni per iniziative riservate alle donne e ai giovani imprenditori.

La banca dati sulla subfornitura, in Internet, realizzata nell'ambito del Network costituito fra le Unioni regionali del nord e del centro Italia, ha fornito risultati lusinghieri in fatto di interrogazioni. L'Unioncamere del Veneto dispone di un ufficio a Bruxelles realizzato d'intesa con il centro estero e con l'Eurosportello.

L'Unione ha gestito il premio regionale per lo sviluppo economico del Veneto, ha gestito il premio regionale "Marco Polo" assegnato in una manifestazione tenutasi a Belluno a 14 imprese della regione distintesi nella promozione dell'export.

Di interesse anche il premio giornalistico "Penna d'oca" assegnato a 5 giornalisti distintisi nella valorizzazione della produzione agricola veneta e della cucina regionale.

7.14.1) Rapporti dell'Unioncamere con la Regione.

Intensi e fruttuosi sono stati i rapporti dell'Unione con la Regione Veneto. Trascurando gli incontri di tipo politico si ritiene opportuno richiamare quelli più operativi, che hanno portato alla realizzazione concordata di iniziative che si sono tenute nel 1999:

- 10 partecipazioni a tavoli di concertazione, in particolare sui fondi strutturali, sulle attività economiche, sul partenariato e sullo sviluppo rurale;
- 12 partecipazioni a consultazioni della commissione del Consiglio regionale veneto soprattutto in tema di semplificazione amministrativa (Leggi Bassanini) e di riforma del commercio, con la presentazione della posizione del sistema camerale;
- 13 partecipazioni ad incontri, a livello di funzionari degli uffici economici su temi quali: le CPA, l'Osservatorio del commercio, lo sportello unico per le imprese;
- 10 partecipazioni ad incontri con commissioni regionali quali quelle sulle subforniture, sull'ambiente, sulle pari opportunità, sui carburanti, ecc.

L'Unione ha svolto e svolge impegnativi rapporti con le Federazioni regionali di categoria e nel 1999 risultano trattati i seguenti temi:

- attività legislativa della Regione
- sportello unico per le imprese
- distretti industriali
- Veneto innovazione
- fondazione nord – est
- problematiche sui trasporti. E' stato, in particolare, realizzato un intervento finanziario per la "Corsia Passante" di Mestre
- conciliazione e arbitrato in relazione alla recente legge sulle sub – forniture.

7.14.2) Rapporti ulteriori svolti dall'unione.

L'Unione regionale ha svolto soprattutto per conto del sistema camerale, rapporti con Unioncamere italiana e con le sue organizzazioni come l'istituto "Tagliacarne", Mediacamere e Agroqualità. Da tutti questi contatti è nato un continuo aggiornamento e precisi indirizzi operativi, successivamente trasferiti nelle singole camere di commercio.

Sono stati svolti contatti con Uniontrasporti, con il Comitato promotore della Transpadania e con il comitato per il corridoio intermodale est – ovest, il tutto allo scopo di proporre soluzioni di infrastrutture importanti per il Veneto, la Venezia Giulia e il Trentino – Alto Adige: la Portualità, la Pedemontana, il Passante di Mestre, gli Interporti, la Direttiva del Brennero, il corridoio est – ovest.

L'Unione ha curato anche i contatti in ambito Alpe – Adria (si è tenuto nel 1999 l'annuale incontro dei due presidenti delle camere di commercio dell'area).

L'Unione Regionale, inoltre, insieme con il Centro estero, ha sottoscritto un protocollo d'intesa, chiamato EUREGIO, che lega a mutui obiettivi le camere di commercio del Veneto, con quelle del Friuli Venezia Giulia, della Slovenia, della Carinzia e della Stiria.

7.14.3) Il bilancio dell'Unione regionale delle camere di commercio.

Nel 1999 il conto consuntivo dell'unione evidenzia un'entrata ordinaria per L. 2,237 mld., partite di giro per L. 0,532 mld. e una entrata totale pari a L. 2,891 mld.; le partite di giro pareggiano, e l'uscita totale è pari a L. 3.232 mld. L'unione non presenta proventi per servizi erogati. Essa svolge quindi un ruolo essenzialmente politico e non presta servizi.

Regione Autonoma Trentino Alto Adige.

La relazione della Regione Autonoma Trentino Alto Adige è stata rimessa allo scrivente Ministero quale allegato alla propria nota 11.8.2000 e riguarda due esercizi finanziari, il 1998 e il 1999.

Nella predetta relazione la Regione, nella parte preliminare, svolge alcune considerazioni di natura politico – amministrativa riguardanti i rapporti fra detta amministrazione e le camere di commercio.

Si ritiene opportuno riferire che nella Regione, le camere di commercio sono sottoposte contemporaneamente alle decisioni della Regione e delle Province autonome.

In virtù dell'art. 4, comma 8, dello statuto regionale, spetta alla Regione la competenza ad esercitare l'attività normativa in materia di ordinamento delle camere di commercio. Si tratta di una competenza di carattere primario ereditata dal trasferimento delle pari competenze dell'Amministrazione statale. Ma nelle norme di attuazione dello statuto regionale e cioè il DPR 31.7.1978 n. 1017 è previsto il trasferimento dalle camere di commercio alle Province delle funzioni amministrative in materia di competenza provinciale. Con lo stesso provvedimento erano state trasferite alle province le funzioni amministrative di competenza provinciale esercitate dagli UPICA.

L'art. 10 del DPR n. 1017 ha trasferito alle province autonome di Trento e di Bolzano le funzioni statali in materia di statistica.

Considerata la competenza primaria della Regione sulle camere di commercio, la Regione, con propria legge reg.le 9 agosto 1982, n. 7, ha provveduto a regolamentare l'ordinamento delle camere di commercio di Trento e di Bolzano.

Sarà questa norma che verrà impugnata dal Governo di fronte alla Corte costituzionale la quale ne dichiarerà la parziale incostituzionalità.

Tale legge, da una parte anticipa alcuni contenuti della legge di riforma n. 580 del 1993, dall'altro contiene istituti incompatibili con la stessa legge di riforma.

Con la legge regionale si ritiene di aver contribuito a rendere gli enti camerali come organismi aventi funzioni proprie, ma pronti a recepire l'esercizio di funzioni amministrative che potranno essere delegate loro dagli enti autonomi (Regioni e province) e anche dallo Stato in sede di riforma dell'ordinamento camerale nel resto del Paese. La Regione ammette che il funzionamento degli enti camerali potrà essere più o meno accentrato a seguito delle politiche svolte dagli enti potenzialmente deleganti.

Le camere di commercio, secondo la normativa regionale, sono, istituzionalmente, configurate come organismi pubblici rappresentativi delle sole forze imprenditoriali (mentre

nel resto del Paese la rappresentatività si estende anche alle categorie dei lavoratori e dei consumatori).

Le funzioni a cui assolvono le camere della regione autonoma sono configurabili:

1) di consulenza nei confronti dell'Ente pubblico
2) di promozione delle categorie economiche
3) di pubblicità legate a certificazione.

La Regione ritiene di aver introdotto un sistema democratico nella formazione degli organi con la designazione dei componenti il consiglio da parte delle organizzazioni di categoria. La Regione ammette che si tratta di un compromesso e che si sarebbe potuti passare all'elezione diretta come avviene nella vicina Austria, ma giustifica la scelta della designazione con ragioni, come il costo delle elezioni e la necessità di tempo per la loro preparazione.

Ancora, la Regione ritiene che sia stato positivo riporre fiducia nelle organizzazioni degli imprenditori, nel designare i consiglieri.

Nella propria legge regionale n. 5 la Regione prevede che alle camere di commercio, nella gestione del bilancio, nell'amministrazione del patrimonio, e nella stipula dei contratti vengano applicate le norme contenute nel D.M. 23 luglio 1997, n. 287. L'adeguamento alle norme suddette viene rinviato al 1.1.2001. Alle camere di commercio viene pure riservata la facoltà di gestire il bilancio uniformandosi ai principi generali della contabilità economica e patrimoniale previsti dal codice civile. Quest'ultima disposizione appare in contrasto con il disposto dell'art. 4 della legge di riforma delle camere di commercio, laddove stabilisce che alla gestione finanziaria ed economico – patrimoniale si provvede con un regolamento predisposto a cura del Ministero scrivente di concerto con il Ministero del Tesoro (ora dell'economia).

La Regione nella propria relazione, descrive anche le modalità con le quali provvede all'esercizio del controllo sugli atti camerali e conclude che la propria legge n. 5, più volte citata, può essere ritenuta una valida riforma, un testo organico capace di inserire gli enti camerali nel complesso sistema dei rapporti giuridici fra autonomie territoriali e rappresentanza degli interessi.

La relazione generale si divide sostanzialmente in tre parti: la camera di commercio di Trento, quella di Bolzano e l'Unione delle camere di commercio e il centro per il commercio con l'estero.

La relazione non risulta uniformata alle direttive ministeriali impartite con la circolare n.3474/c del 14.12.1999.

1) - Camera di commercio di Trento.

Prendendo per brevità il conto consuntivo 1999 si rileva che nella voce entrate, pari, in sede di accertamento, a complessive L. 36.297.890,88 la voce "contabilità speciale" ammonta a ben L. 14.687.456.127. Si tratta di cospicui contributi della Regione e della Provincia autonoma, messi a disposizione dell'Ente camerale per la realizzazione di precise iniziative. La legge regionale n. 5 del 14 agosto 1999 prevede, in favore delle camere di commercio di Trento e di Bolzano un finanziamento annuo pari al 20% del diritto annuale. Questo apporto arricchisce l'attività istituzionale dell'ente. Attraverso i dati esposti nella relazione della Regione Autonoma non è possibile prendere conoscenza degli investimenti della camera trentina in attività promozionali.

2) - Camera di commercio di Bolzano.

La legge 26 dicembre 1997, n. 8 della Regione Autonoma ha concesso anche alla Camera di Bolzano un contributo straordinario per coprire oneri legati al decentramento dei servizi stessi e con la realizzazione di programmi di assistenza tecnologica, di marketing, di informazione e ricerca mirata.

La camera ha da sempre invocato un contributo annuale stabile che potesse consentire la copertura degli oneri connessi con il bilinguismo. Nel 1999 tali oneri verranno coperti con uno stanziamento ad hoc della Regione che sarà pari al 30% dell'introito del diritto annuale.

La Provincia Autonoma di Bolzano, da parte sua, interviene con un proprio contributo destinato a sostenere le spese di gestione dell'"Istituto di ricerca economica e camera di commercio".

La camera ha sottoscritto una parte del capitale sociale della S.p.A. IPSE che ha il compito di promuovere il turismo della provincia di Bolzano.

Si ricorda che la camera è impegnata nella realizzazione di una nuova sede e, allo scopo, nel 1998 ha acquistato un appezzamento di terreno per la somma di L. 3,500 mld.

Nel corso del 1998 l'ente camerale ha pubblicato una guida di servizi camerali ed ha aperto un museo mercantile presentando per l'occasione il volume "Il museo mercantile".

Ancora nel 1998 è stata aperta la sede distaccata di Silandro che serve l'utenza della media e alta Valvenosta.

Nel periodo è stato applicato il contratto di lavoro ed in particolare il contratto integrativo al personale dipendente ed è stato potenziato il parco dell'attrezzatura elettronica per rendere più efficace il servizio telematico. Si fa osservare che l'ente camerale ha concesso il finanziamento pro-quota per otto progetti finalizzati, per un ammontare di L. 425 milioni. L'ente lamenta che di fronte a tale contributo ha versato a detto fondo l'ammontare di L. 550 milioni.

L'ente è quindi in credito verso il sistema camerale per L. 125 milioni. Per questo motivo, per altra strada, l'ente camerale e la Regione autonoma chiedono di essere, l'ente, esonerato dal rapporto con il fondo perequativo. Il Ministero a questo proposito, a prescindere dal fatto che il rapporto con il fondo perequativo è disposto per legge, ha fatto presente, nelle apposite sedi, che la richiesta non può essere accolta soprattutto per non ledere il principio che le camere di commercio costituiscono un sistema solidale.

In sintesi è necessario esporre che le entrate di detto ente camerale sono (bilancio consuntivo 1998) le seguenti:

- Entrate tributarie	L. 14.510.188.453
- Entrate extratributarie	L. 6.910.654.004
- Entrate per alien. beni patrimoniali, trasferimento di capitale e riscossione di crediti	L. 6.720.000
- Avanzo precedente utiliz.	L. 2.820.000.000
Totale	L. 25.247.562.450

L'utilizzazione delle entrate avviene secondo la seguente ripartizione percentuale.

- Finanziamento dei servizi	63%
- Interventi nei settori economici	18%
- Investimenti	19%
- Avanzo di competenza	------
Totale	100%

Dall'esame dei dati riportati nelle tabelle allegate alla relazione si può rilevare che l'ente camerale presenta sensibili oneri per il personale (superiori a quanto potrebbe ritenersi in armonia con la consistenza del Registro Imprese), una eccessiva consistenza dei residui passivi e infine una limitata destinazione di risorse alle attività promozionali gestite direttamente dalla camera. Quest'ultima affermazione deve però essere integrata dalla

osservazione che l'ente camerale destina una notevole quantità di risorse alle aziende speciali (3). Nel 1998 i trasferimenti dal bilancio camerale alle aziende speciali sono stati pari a L. 3,970 mld. e gli investimenti in favore dell'economia sono stati pari a L. 484 mld.

3) - Unione Regionale delle camere di commercio.

L'Unione regionale delle camere di commercio del Trentino Alto Adige viene ospitata alternativamente nelle sedi delle camere di Trento e Bolzano.

L'Unione svolge un'attività di coordinamento delle iniziative in generale e in particolare di quelle programmate dalla Regione e dalle province Autonome ed affidate per la loro realizzazione alle camere di commercio.

Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.

La Regione in oggetto indicata ha inviato la relazione di cui trattasi quale allegato alla propria nota 1.9.1999 prot. n. 1607/CdC/A-10.

La relazione si apre con un richiamo sintetico al numero degli enti camerali e alle loro sedi distaccate, alla presenza o meno degli Eurosportelli, alla presenza di borse merci, camere arbitrali e aziende speciali. Tali dati vengono riassunti nella tabella che segue:

Camera di commercio	Euro-sportello	Sedi distaccate	Borse merci	Sala contratti	Camere arbitrali	Lab. chimico	Aziende speciali
Trieste	sì	-	1	1	1	1	3
Udine	sì	2	-	1	1	1	4
Pordenone	sì	4	-	-	1	-	2
Gorizia	sì	1	-	-	1	-	1

Le camere di commercio della regione partecipano a numerosi organismi associativi consortili ed altro, che si occupano della organizzazione di mostre e fiere, che gestiscono mercati agroalimentari e centri commerciali e altre infrastrutture per la commercializzazione, che gestiscono o promuovono infrastrutture stradali o di trasporto, che promuovono organismi e istituti di ricerca, che gestiscono consorzi industriali, BIC, ecc.

L'attività promozionale viene realizzata con gli stanziamenti indicati nella tabella che segue. Vengono impostati, per comodità espositiva, anche altri indici. I dati sono tratti dai conti consuntivi 1998.

Camera di commercio	Totale spese correnti (accert.) mld	Spese per attività prom.le mld	%	N. Imprese iscritte R.I. attive

Trieste	13,998	4,489	32,06	14.955
Udine	15,525	4,296	27,67	50.066
Pordenone	9,628	3,562	36,99	27.789
Gorizia	7,413	2,695	36,35	10.165

Per esaminare più dettagliatamente le attività promozionali del sistema camerale friulano vengono prese in considerazione le singole camere di commercio come del resto viene riportato nella relazione regionale.

Nel campo dei servizi di regolazione del mercato tutte le camere di commercio della regione hanno organizzato camere arbitrali, consorzi di conciliazione e laboratori chimici (solo Trieste e Udine).

Di rilievo appare l'attività di servizio nel campo degli studi e della statistica e la richiesta dell'utenza è rivolta verso le informazioni demografiche, andamento economico, costo del lavoro, il commercio con l'estero, il commercio interno, l'indice dei prezzi al consumo, gli indici di produzione industriale, dati sui censimenti, ecc.

Tutte le camere della regione hanno provveduto alla pubblicazione di pregevoli documenti non periodici riguardanti argomenti più vari: dalla domanda di lavoro in Friuli V. G., agli andamenti economici, alle statistiche su prezzi ISTAT, alle guide per gli investimenti, ecc.

Il sistema camerale friulano ha beneficiato di una notevole quantità di interventi assistenziali dal Fondo perequativo gestito da Unioncamere.

Alcuni di detti progetti riguardavano la riorganizzazione interna degli uffici, mentre altri riguardavano il potenziamento degli sportelli, fra i quali quello relativo alle nuove imprese.

Fra le aziende speciali delle camere friulane debbono essere ricordare quelle preposte alla gestione di contingenti di carburante agevolati: queste aziende sono "Zona Franca" di Gorizia; "Benzina a prezzo ridotto" di Udine e "Trieste benzina agevolata".

1) - Camera di commercio di Trieste.

La predetta camera appare attiva nella promozione di scambi con l'estero poiché ha sollecitato la partecipazione a due fiere e mostre in Paesi extra comunitari, ha organizzato due riunioni di operatori economici in paesi entro e fuori della U.E., ha organizzato incontri conoscitivi di paesi U.E. e extra U.E., ha ricevuto delegazioni provenienti da paesi della U.E. e extra U.E.

Sono stati attivati, su sollecitazione camerale investimenti di imprese triestine, all'estero e di imprese estere sul territorio di Trieste, e sono stati siglati accordi di distribuzione e collaborazione commerciale con il coinvolgimento di 15 imprese.

La Camera ha collaborato con il governo della Mongolia per l'istituzione di un Registro Navale per la flotta neo-costituita.

Ancora, sono state svolte attività formative organizzate direttamente e che hanno interessato 84 partecipanti.

Nel settore della formazione per l'impresa molta attività viene svolta dall'azienda speciale ARIES. L'altra azienda speciale "Trieste on line" ha invece svolto attività di supporto all'innovazione.

Ancora l'azienda speciale ARIES si interessa della promozione e della gestione di infrastrutture fra le quali si ricordano l'Ente Fiera, l'Aeroporto e l'Autoporto.

La Camera di Trieste ha dedicato molto spazio al turismo orientando gli investimenti nello sviluppo delle infrastrutture come porti turistici, centri congressuali, punti di accoglienza, uffici informazioni per turisti, attrezzature sportive e parcheggi. Altri interventi sono stati rivolti all'assetto del territorio, alla valorizzazione dello stesso, alla salvaguardia del patrimonio artistico e dei litorali.

2) - Camera di commercio di Udine.

Un servizio di notevole impegno è stato quello relativo alla promozione delle imprese che si è manifestato con episodi di informazione e di formazione. Le informazioni relative all'accesso al credito, alle agevolazioni previste dalla legge n. 95 del 1995, agli altri incentivi finanziari regionali, nazionali e comunitari sono state diffuse direttamente dall'ente camerale.

L'azienda speciale "Promozione" ha svolto attività di promozione degli scambi con l'estero organizzando la partecipazione a esposizioni in paesi comunitari e non. In dette partecipazioni ha interessato 20 imprese. Altre 19 imprese sono risultate interessate nell'organizzazione di riunioni commerciali all'estero. Numerose risultano le delegazioni estere ricevute. Sono stati organizzati convegni e seminari in materia di commercio estero per un totale di 7 giornate con 190 partecipanti.

3) - Camera di commercio di Pordenone.

L'ente camerale di Pordenone si avvale per l'attività promozionale dell'azienda speciale "Centro studi formazione e promozione economica" (CSFPE). Da tale collaborazione è nata una serie di iniziative fra le quali le più significative riguardano la promozione di nuove imprese, l'approntamento di servizi informativi per gli aspiranti imprenditori, la formazione di aspiranti imprenditori e messa a punto di progetti di fattibilità. Sono stati curati anche i rapporti con altri soggetti impegnati nella creazione di imprese (BIC, ad esempio).

L'azienda speciale "Centro studi Formazione e Promozione" ha curato tutta l'attività di promozione degli scambi con l'estero, partecipando con nutrite rappresentanze di imprese a fiere e mostre in Paesi dell'U.E., organizzando riunioni commerciali, con organizzazione di un incontro conoscitivo all'estero in paesi extra U.E., e ricevendo numerose delegazioni commerciali.

L'azienda speciale ha inoltre svolto una intensa attività per promuovere investimenti all'estero che hanno suscitato l'interesse per circa 150 imprese.

Detta azienda ha effettuato direttamente attività di formazione per la gestione d'impresa per una spesa complessiva di 377 milioni.

L'azienda "Promozione" ha svolto attività di formazione e gestione d'impresa, provvedendo alla sua autonomia finanziaria tramite cospicui attingimenti al Fondo Sociale Europeo. Mediante questi attingimenti sono stati organizzati 21 corsi e/o seminari.

Sempre la stessa azienda ha curato l'attività di promozione della commercializzazione in Italia e all'estero iniziando dall'attività formativa. Sono stati stabiliti contatti con camere di commercio del Belgio e della Russia.

L'Ente camerale di Pordenone partecipa al capitale sociale (socio di maggioranza) della "Centro commerciale all'ingrosso Spa", risultando impegnato anche nella gestione di importanti infrastrutture.

Un'altra azienda speciale, il "Centro regionale della subfornitura del FVG", rappresenta un organo di sviluppo economico di notevole importanza.

Questa azienda speciale ha per scopo l'incentivazione dell'attività di scambio con l'estero, e in tale quadro ha partecipato a numerose mostre in paesi comunitari ed extracomunitari, e il ricevimento di delegazioni estere. L'azienda cura anche la partecipazione a mostre in Italia. Nell'anno di riferimento ha organizzato il convegno "Forum europeo della subfornitura".

4) - Camera di commercio di Gorizia.

Questo Ente camerale ha svolto una ragguardevole mole di lavoro nel campo della promozione delle nuove imprese utilizzando i finanziamenti del "Fondo Gorizia". Agli aspiranti imprenditori sono stati erogati servizi informativi (informazioni di mercato, informazioni su possibili collaborazioni con altri imprenditori, informazioni sulle agevolazioni offerte dalla legge n. 95 del 1995 e su altre norme nazionali, regionali e comunitarie).

La promozione della commercializzazioni in Italia si è attuata con la partecipazione ad un numero limitato di manifestazioni espositive.

Tuttavia la promozione è stata eseguita tramite compagne pubblicitarie, sollecitando i consorzi a tutela delle denominazioni, affinché svolgano una loro efficace azione. Molta attività è stata spesa nella valorizzazione dei prodotti locali attraverso le azioni di sostegno per il riconoscimento delle denominazioni.

Più incisiva risulta la partecipazione a fiere e mostre all'estero che hanno coinvolto circa 40 imprese. Sono, poi, state organizzate missioni di operatori italiani all'estero e ricevimento di missioni estere.

Nell'ambito di questa attività si contano 5 iniziative per promuovere investimenti all'estero e altre 5 iniziative per promuovere le costituzioni di joint-ventures.

La Camera di Gorizia partecipa al progetto TACIS divenendo partner della Camere di commercio di Tatarsion (Russia).

Altre 6 iniziative in collaborazione sono state attivate con le camere di commercio di: Ungheria (Koposovar), Bosnia (Sarajevo), Bulgaria (Sofia), Polonia (Kielce), Romania (Tarqu, Menes, Doli), e Australia (Adelaide e Melbourne).

Il supporto all'innovazione è uno strumento ampiamente utilizzato anche con il ricorso ai finanziamenti del Fondo Gorizia. La metodologia di approccio al tema è quella dell'adesione a consorzi, società e organismi associativi vari operanti nei settori delle informazioni e banche dati, studi, ricerche, progetti, trasferimento di tecnologie, diffusione di brevetti, assistenza e consulenza, formazione imprenditoriale e manageriale, impianti e attrezzature sperimentali, introduzione della normazione, certificazione di qualità ecc.

L'azienda speciale "Fiera, convegni ed organizzazioni" gestisce le infrastrutture permanenti per la commercializzazione.

L'attività della Camera di Gorizia in fatto di ambiente è stata espletata mediante gli strumenti dell'incentivazione finanziaria e con la partecipazione ad organismi, consorzi e società operanti nei settori interessati.

Anche il turismo ha ricevuto l'attenzione della Camera di Gorizia attraverso la propria azienda speciale. L'ente ha realizzato pubblicazioni promozionali a carattere turistico.

5) - L'Unione regionale delle Camere di commercio del Friuli Venezia Giulia.

L'attività svolta dall'Unione, nel 1998, rappresenta una continuità con l'attività dell'anno precedente. Si deve precisare che l'organico di detto organismo è composto da appena 4 persone fra le quali il Direttore, che tra l'altro è un funzionario camerale. L'Unione ha sostenuto l'attività delle camere transfrontaliere facenti parte del progetto EUREGIO ALPE ADRIA. Per l'Italia partecipano le Camere di Pordenone, Gorizia e Udine.

Una iniziativa di promozione del turismo è stata svolta a Londra in collaborazione con le ATP locali. In detta iniziativa sono stati presentati, a giornalisti e tour operator, pacchetti di offerta turistica friulana. Un'altra iniziativa promozionale è stata dedicata ai prodotti alimentari ed è consistita nella presentazione, in collaborazione con l'Ente regionale di sviluppo agricolo, di detti prodotti alle TV di Bonn.

L'Unione ha svolto, poi, una apprezzabile attività di collegamento con la Regione e ha collaborato con le camere di commercio alla attuazione delle norme contenute nei decreti "Bassanini".

Regione Emilia Romagna.

La Regione Emilia Romagna ha trasmesso la relazione in oggetto, quale allegato alla propria nota prot. 15311 del 22.11.2000. Il contenuto della relazione si riferisce all'esercizio 1998, tuttavia ci si è preoccupati di dare anche una rappresentazione più attuale dei fatti intervenuti anche negli anni successivi 1999 e 2000.

In Emilia Romagna, nel corso del 1998 si è completato il processo di riordino delle camere di commercio secondo i principi stabiliti dalla legge n. 580 del 1993. Sono stati insediati tutti i consigli camerali e si sono avute le elezioni dei presidenti e delle giunte.

La Regione ha provveduto, in attuazione della legge n. 59 del 1997 e del decreto legislativo n. 112/1998, ad emanare la propria legge n. 3/99 con la quale riconosce, nell'esercizio delle proprie funzioni in materia di attività produttiva e nell'interesse delle imprese, il ruolo delle camere di commercio quali enti funzionali alla promozione dello sviluppo locale e riconosce pure (e promuove) i rapporti di collaborazione fra il sistema camerale e gli enti locali.

Ciò premesso, il relatore afferma che si stanno concretamente perseguendo gli obiettivi della concertazione e della identificazione di comuni obiettivi. Da parte camerale si riconosce la necessità di un impegno a privilegiare anche nei propri bilanci, linee di interventi per lo sviluppo locale, coerenti con la programmazione regionale.

Il sistema camerale dell'Emilia Romagna ha dimostrato la disponibilità, anche economica, a sostenere grandi progetti regionali a sostegno e rilancio del sistema produttivo e imprenditoriale come nei settori del turismo, in materia di internazionalizzazione e nella promozione del settore agro – alimentare.

I rapporti fra Regione e sistema camerale sono oggi ispirati ai principi di seguito illustrati:

1) la separazione tra programmazione e gestione;
2) la concertazione,
3) il cofinanziamento destinato a creare un sistema finanziario in grado di privilegiare le aggregazioni tra enti pubblici, tra questi e privati e infine fra privati, per aumentare le risorse disponibili.

Si è realizzato l'obiettivo di eliminare le sovrapposizioni e le duplicazioni negli interventi.

Nel settore del turismo il sistema camerale è divenuto partner di riferimento della Regione divenendo azionista della APT – Servizi s.r.l., la società costituita in forma privata

che gestisce interventi di promozione turistica e alla cui attività lo stesso sistema camerale contribuisce, ogni anno, con una somma pari a L. 2 miliardi per un periodo di quattro anni.

La Regione riconosce che le scelte di bilancio degli enti camerali privilegiano la qualificazione, la semplificazione e lo snellimento dei servizi sia amministrativi che promozionali.

Sono stati privilegiati progetti di consolidamento della rete camerale come ad esempio il network camerale nato per fornire servizi comuni a più imprese. Sono da tenere in evidenza, inoltre, le misure e gli interventi atti a realizzare le azioni del sistema contenute nel "Programma triennale regionale delle attività produttive".

Il sistema camerale si è dotato di servizi comuni a più camere di commercio. Al momento è stato istituito il servizio legale regionale ed è stato avviato il progetto di certificazione della qualità ISO 9002, riguardante i Registri delle imprese. E' stata introdotta nelle 9 camere della regione, identica modulistica e si realizza una corrispondente tempistica.

Sta pure maturando l'approccio alla riorganizzazione degli Uffici del personale e dei Provveditorati.

Il sistema camerale dell'Emilia Romagna, tramite l'Unione regionale delle camere di commercio ha presentato al fondo di perequazione sette progetti intercamerali, con lo scopo di qualificare, attraverso strategie e obiettivi comuni, altrettanti servizi per i quali si rende necessario garantire all'interno del sistema, livelli omogenei di offerta e standard comuni sul piano dell'organizzazione e delle modalità di erogazione.

Complessivamente i progetti di cui si parla, e che vengono di seguito indicati, comporteranno una spesa complessiva di 4 miliardi per tutto il sistema camerale regionale.

1) Sportello per l'intermediazione;
2) Piano formativo intercamerale regionale;
3) Informazioni on – line sulle opportunità finanziarie per le imprese della regione;
4) Sportello per l'informazione economico – statistico;
5) Osservatorio regionale sul commercio, con sezioni provinciali;
6) Istituzione degli uffici metrici nell'area della regolazione del mercato
7) Diffusione della cultura conciliativa.

Il sistema regionale ha curato, in modo particolare, il Registro delle imprese e la sua integrazione con l'Albo delle imprese artigiane. La Regione ha, pertanto, a completamento di tale fruttuoso rapporto, attribuito alle camere di commercio la delega delle funzioni amministrative inerenti l'Albo delle imprese artigiane con il trasferimento del relativo personale.

Un'attività rilevante del sistema camerale si è svolta in favore della regolazione del mercato (anche come conseguenza dell'entrata in vigore della legge sulla sub – fornitura e sulla tutela del consumatore), la formazione, l'innovazione, l'assistenza e l'informazione alle imprese, l'internazionalizzazione (con l'archivio di Unioncamere regionale, centro commercio estero, rete regionale degli Eurosportelli, ecc.)

Circa l'accesso al credito si rileva l'incisiva opera delle camere di commercio come soggetti maggiormente impegnati nel sostegno del sistema dei consorzi fidi regionali.

1) L'attività delle camere di commercio.

Tralasciando la classificazione delle funzioni che la legge assegna alle camere di commercio, nell'interesse generale per il sistema delle imprese, si può passare allo stato di fatto del livello di attività raggiunto dal sistema in Emilia Romagna.

1.1) Formazione d'impresa.

Le 9 camere sono accompagnate in questa attività da loro aziende speciali, eurosportelli e centri estero. Complessivamente nel periodo la spesa dovuta alla formazione è stata superiore a l. 2,6 miliardi dei quali 1,036 miliardi di origine camerale e 1,72 quali quote degli utenti. L'attività formativa nella regione è ampliata notevolmente dall'attività dell'IFOA, un organismo di origine camerale, ma ora divenuto ente pubblico economico senza fini di lucro, la cui attività non è più oggetto di indagine da parte delle camere.

L'attività svolta nella formazione si è dimostrata rispondente alle esigenze del sistema economico regionale. Sono stati realizzati 550 corsi per un totale di 15.000 ore seguiti da quasi 24.000 partecipanti per un totale di oltre 350.000 ore – uomo di formazione.

1.2) Promozione commerciale dei prodotti.

Complessivamente il sistema ha curato l'organizzazione di fiere e mostre in Italia per un totale di 58 iniziative a cui hanno partecipato 512 imprese. La partecipazione a fiere e mostre locali è risultata più limitata: solo due avvenimenti per 7 imprese.

Si sono avuti 11 episodi di promozione delle produzioni tramite consorzi di tutela e 11 episodi di contribuzione a sostegno delle denominazioni d'origine, esclusi i vini.

1.3) Internazionalizzazione delle imprese.

Le attività promozionali svolte dal sistema camerale, concernenti gli scambi con l'estero, comprendono un'ampia gamma di azioni.

Nel 1998 si sono avute 95 iniziative che hanno coinvolto oltre 1000 imprese.

La promozione degli scambi è indirizzata con maggiore frequenza verso i paesi extra U.E., come a dire verso mercati più lontani.

I contributi erogati dal sistema per attività promozionali all'estero raggiungono la somma di L. 1,70 miliardi ed hanno interessato come si è detto oltre 1000 imprese fra le quali cinque consorzi export.

Vi è da tener conto, inoltre, dell'attività espletata dalle aziende speciali camerali, sempre in fatto di commercio estero. In questo caso l'intervento camerale è stato pari a L. 2,6 miliardi ai quali debbono essere aggiunti L. 500 milioni quali sovvenzioni nazionali e ricavati per la vendita di servizi.

1.4) Supporto all'innovazione.

Gli obiettivi della suddetta attività sono. la promozione dell'innovazione, il trasferimento di tecnologie e la diffusione dei principi sul controllo di qualità.

Si cerca di realizzare il trasferimento di innovazioni ad alto contenuto tecnologico dal mondo della ricerca, dell'università verso la piccola e media impresa. Per detta attività il sistema camerale ha investito nell'esercizio 1,3 miliardi. Nello stesso periodo ha organizzato convegni e manifestazioni in numero rilevante (150).

1.5) Finanza e credito.

Nell'anno 1998 il sistema camerale ha sostenuto gli oltre 50 consorzi garanzia fidi (e cooperative) della regione fornendo contributi ai fondi rischi per oltre 2,7 miliardi e contributi in conto interessi per 4,9 miliardi. Nello stesso periodo ai predetti organismi partecipavano circa 90.000 imprese le quali avevano ottenuto crediti per 1.640 miliardi.

Anche la Regione e le Associazioni di categoria partecipano ai suddetti organismi associativi. Dal canto suo il sistema camerale conta propri rappresentanti nel consiglio di amministrazione della maggioranza di detti organismi. Sicuramente l'artigianato è il settore più assistito da detto consorzio in senso relativo. I consorzi e le cooperative di garanzia collettiva fidi che operano in ambito intersettoriale realizzano la quota più rilevante degli affidamenti.

1.6) Studi, statistiche e informazioni economiche alle imprese.

Complessivamente il servizio predetto, nel sistema camerale regionale, occupa 71 unità, con una forte presenza di laureati (29). Con detta consistenza di personale sono state prodotte 52 ricerche per gli stessi enti camerali, 31 ricerche commissionate dall'esterno e 18 lavori apparsi su riviste locali di economia.

La Regione riconosce che il sistema delle camere svolge un importante attività di raccolta e diffusione di informazioni statistiche, realizza studi e ricerche, coordina istituzioni di ricerca, collabora fattivamente alla realizzazione di progetti di ricerca anche esterni al sistema camerale. In sintesi, l'attività di ricerca in molti casi anche oggetto di collaborazione con la Regione Emilia Romagna contribuisce al progetto di sviluppo di osservatori regionali, strumenti fondamentali di conoscenza a sostegno dello sviluppo economico regionale.

Il quadro dell'attività pubblicistica delle camere è di grande portata. Si parte dalle tradizionali pubblicazioni periodiche per arrivare alla divulgazione di informazioni a carattere promozionale relative a servizi offerti a indagini e ricerche svolte dalla stessa camera o commissionate dall'esterno.

Anche l'Unione regionale delle camere di commercio partecipa attivamente alla divulgazione di numerose e importanti ricerche realizzate direttamente o indirettamente. La stessa ha realizzato un sito via Internet che costituisce la principale modalità di informazioni economiche del sistema camerale dell'Emilia Romagna. In detto sito sono ospitate anche le informazioni delle singole camere.

Unioncamere regionale, con la compartecipazione anche finanziaria della Amministrazione regionale, nell'esercizio 1999, pubblica un mensile "Econerre" che concorre alla promozione più puntuale della conoscenza dei fenomeni che contraddistinguono l'economia su scala regionale.

1.7) L'ambiente.

Le camere svolgono attività in favore della tutela del patrimonio ambientale svolgendo una importante opera di informazione nei confronti delle imprese, relative al MUD, e in genere alla normativa ambientale.

Ben 7.900 imprese, in ambito regionale, sono risultate interessate all'informativa sulla normativa ambientale.

1.8) La formazione delle leggi nazionali, comunitarie e regionali per il finanziamento alle piccole e medie imprese.

Questa attività comprende una vasta gamma di azioni che vanno dalla diffusione di guide alle varie opportunità (realizzate su supporto cartaceo e su CD Rom), alla trasmissione a mezzo TV come la rubrica "Tempo di impresa" della CCIAA di Ferrara.

Di grande impegno risulta anche la attività di promozione della conoscenza delle norme, svolta attraverso contatti diretti.

Le provvidenze al momento ottenibili riguardano: a) le leggi nazionali: legge n. 44/86 sulla imprenditoria giovanile; legge n. 215/92, sulla imprenditoria femminile (sull'argomento le CCIAA di Bologna, Ferrara e Ravenna hanno attivato uno sportello informativo); b) le fonti comunitarie: Programma europeo IDP, Programma europeo ECIP, Programma JEU e, infine, c) le fonti regionali come la L.R. n. 37/92 in materia di qualità sull'artigianato e nelle piccole e medie imprese.

1.9) Turismo.

Si è già accennato alla attività del sistema camerale in questo settore nella parte introduttiva della presente relazione.

Il sistema camerale ha devoluti alle APT della regione contributi per complessivi 2 miliardi di lire e detiene una rilevante partecipazione nell'APT regionale.

Individualmente l'attività camerale, in favore del turismo, appare rilevante: sostegno alla realizzazione di infrastrutture, assetto del territorio, ricerche in campo turistico con il sostegno dell'Osservatorio turistico regionale, attività promozionale in Italia e all'estero, corsi di formazione, ecc.

1.10) Regolazione del mercato.

Il sistema camerale regionale gestisce 7 fra borse merci e sale contrattazioni. Le borse merci sono 3. Nell'ambito di dette strutture si commercializzano soprattutto prodotti agricoli e agro – alimentari.

Inoltre il sistema gestisce alcuni laboratori chimici: Reggio Emilia, Bologna, Forlì, Cesena e Modena per un totale di 18 addetti fra i quali 5 laureati e 9 tecnici.

Le entrate totali ammontano a L. 1,2 miliardi di cui 1 miliardo quali entrate per servizi a imprese e a terzi.

I predetti laboratori sono dediti in particolare ai prodotti agro – alimentari e industriali. Non viene escluso il settore ambiente.

1.11) Camere arbitrali e camere di conciliazione.

Le camere arbitrali sono presenti in tutti gli enti camerali della regione anche se la loro attività non si può definire intensa. Negli ultimi 5 anni gli arbitrati amministrati sono stati 98. Appena 2 per camera e per anno. Il valore medio degli arbitrati nel 1998 è dato pari a L. 210 miliardi.

Le camere di conciliazione sono state costituite nel 1998 e pertanto la loro attività non si è ancora avviata.

1.12) Gestione finanziaria delle camere di commercio.

Nella propria relazione la Regione Emilia Romagna traccia una sintesi della gestione finanziaria delle camere di commercio osservando come la somma dei totali a pareggio dei consuntivi appare superiore a 200 miliardi. La maggior parte delle entrate è assicurata dal diritto annuale (circa il 55%) e quindi dai diritti di segreteria.

La spesa è rappresentata per il 41% dai servizi generali e da quelli istituzionali e quindi dagli interventi di promozione economica (26%) tra le quali particolare rilievo appaiono le iniziative di promozione e di informazione economica (19%).

Le camere della regione hanno incrementato positivamente l'indice di riscossione del diritto annuale provvedendo alla ripulitura del Registro delle imprese, all'archiviazione ottica e alla instaurazione dei servizi on – line.

Le camere hanno proceduto alla costituzione di ben 9 aziende speciali, che impiegano circa 70 unità, e operano nei settori della promozione degli scambi con l'estero, della formazione e dei servizi per la gestione d'impresa, della gestione di infrastrutture, del supporto alla innovazione, dell'ambiente e della promozione di nuove imprese.

Nel loro complesso le aziende speciali presentano a consuntivo, un totale generale delle entrate pari a 12.150 miliardi, del quale la somma di L. 4.500 miliardi è rappresentato da contributi camerali (39m7%).

Ragguardevole è il numero degli organismi partecipati, che complessivamente è pari a 256. Gli enti camerali che presentano più partecipazioni sono nell'ordine: Forlì – Cesena (33), Piacenza (32), Parma (30), Reggio Emilia (29), Ravenna (28), Modena (27), Bologna (25).

Le partecipazioni effettuate mediante l'acquisizione di capitale sono, nel complesso, pari a 182, mentre le partecipazioni che si realizzano tramite la sottoscrizione di quote associative annuali ammontano a 90.

2) L'Unione regionale delle camere di commercio.

L'Unione predetta conta 19 unità della quali: un dirigente, 3 dipendenti 8ª qualifica, 8 dipendenti 6ª qualifica ecc. Il 43% del personale appartiene quindi ad una qualifica di concetto.

Il personale predetto è impiegato per il 26% nei servizi interni, per il 31% nei servizi di studio e per il 21% in altri servizi non precisati.

Il totale delle entrate dell'Unione come si deduce dal conto consuntivo 98 ammonta a L. 6.502 milioni dei quali L. 2.665 milioni quali contributi delle camere di commercio. Nel 1997, si è verificato pure un avanzo di gestione dell'esercizio precedente di notevole dimensione: L. 3.897 milioni.

Nel bilancio preventivo del 1999 l'avanzo di gestione verrà poi ritenuto pari a zero.

Nel 1998, sempre dal conto consuntivo si prende atto che le spese, pari a L. 4.410 milioni, sono destinate per lire 1.811 milioni quali spese per il personale, per L. 1.849 quali spese per lo sviluppo economico regionale, tanto per citare le voci più importanti.

Certamente il livello delle entrate per servizi resi non è elevato ma nel 1999, come si deduce dalla lettura del bilancio preventivo, il complesso delle spese per interventi economici passerà al 61% della spesa complessiva.

Regione Toscana.

La predetta amministrazione ha rimesso la relazione di cui si tratta quale allegato alla propria nota prot. 103/14496/1.03 del 12.5.2001 (pervenuto il 5.6.2001).

Sono caratteristiche pregevoli della relazione:

a) l'aderenza alle istruzioni del Ministero impartite alle Regioni con propria circolare n. 3474/C del 14.12.1999 allo scopo di rendere i predetti documenti omogenei e quindi confrontabili;
b) che si tratta di un documento politico poiché la relazione è stata oggetto di un atto deliberativo di approvazione da parte della Giunta regionale;
c) la razionale sinteticità con la quale vengono esaminati gli aspetti della complessa materia;

d) la completezza del quadro che si ricava circa il sistema delle camere di commercio della Toscana.

Nell'introduzione si parla del ruolo istituzionale delle camere di commercio dopo la legge di riforma e dopo l'emanazione del D. Lgv. n. 112 del 31 marzo 1998 concernente il trasferimento di funzioni amministrative statali alle Regioni e agli enti locali.

Nel predetto decreto si configurano alcuni scenari di attività per il sistema camerale:

- la partecipazione agli sportelli unici comunali per le attività produttive;
- il conferimento di funzioni regionali di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese.

La Regione Toscana con propria L.R. 1 dicembre 1998, n. 87 attribuisce alle camere di commercio il ruolo di enti funzionali alla promozione dello sviluppo economico chiamandole ad interagire con gli enti locali come le Province per la proposizione e l'attuazione di programmi di sviluppo economico locale e con i Comuni per l'istituzione degli sportelli unici per le attività produttive.

Successivamente la Regione Toscana ha chiamato il sistema camerale alla gestione unitaria delle attività promozionali, tramite la partecipazione alla istituenda Agenzia regionale per la promozione economica (APET).

Fra Regione e sistema camerale è stata sottoscritta una convenzione secondo la quale i Comuni e la stessa Regione fruiscono in via telematica dei dati e delle informazioni dei Registri delle imprese.

La Regione Toscana ritiene inoltre di investire le camere di commercio di funzioni ulteriori, specificamente nel settore della agricoltura allorché, in attuazione del D. Lgs. 4.6.1997, n. 143, un decreto governativo avrà provveduto alla individuazione dei beni e delle risorse finanziarie, umane e strumentali da trasferire alle Regioni.

Il panorama, in sintesi, del sistema camerale toscano può essere osservato nella seguente tabella:

Camere Di commercio	Indirizzo	Sedi staccate	Aziende speciali

AREZZO	Viale Giotto 4	-	FOAR (Formazione) SAGOR (Laboratorio)
FIRENZE	P.zza Giudici, 3	Firenze Nord Empoli Borgo S.Lorenzo	Promo – Firenze Laboratorio chimico
GROSSETO	Via Cairoli, 10	-	COAP
LIVORNO	P.zza Municipio, 48	Cecina	Sala cont.ne merci
LUCCA	Corte Campana, 10	Castelnuovo Garf. Fornaci di Borga Viareggio	CEPIF (Formazione)
MASSA E CARRARA	P.zza 2 Giugno	Aulla	IST. FOR. (Formazione)
PISA	P.zza V. Emanuele II n. 5	S. Croce s.a. Volterra	A.S.SE.FI. (Ass. Finanziaria)
PISTOIA	Corso Silvano Fedi 38	Valdinievole	COSP (Formazione)
PRATO	Via Valentini, 14	-	
SIENA	P.zza Matteotti, 30	Poggibonsi Montepulciano	SIENA MOSTRE

La partecipazione delle camere di commercio della Toscana ad organismi associativi, appare di notevole portata. Tale partecipazione spazia da un massimo di 25 organismi per Firenze ad un minimo di 5 per Prato. Per una buona parte si tratta di organismi associativi del sistema camerale, nazionale e regionale, ma per gran parte si tratta di organismi di interesse locale a testimonianza del radicamento dell'attività camerale sul tessuto economico e sociale.

Le camere di commercio appaiono fra gli enti soci di tutti gli organismi che gestiscono autostrade, aeroporti, centri intermodali, ecc. poiché attribuiscono grande importanza alla realizzazione delle infrastrutture di trasporto, organismi che gestiscono mostre, esposizioni e comunque lo sviluppo economico locale.

Anzi in generale risultano le fondatrici di pressoché tutti gli enti mostre.

1) - L'attività camerale in favore della promozione economica. Un quadro regionale.

La sintesi che si riporta è curata dalla Regione Toscana. Innanzitutto in detta sintesi ci si richiama alla vocazione delle camere di commercio che, da una parte, svolgono attività nelle funzioni amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese e dall'altra svolgono attività istituzionali a supporto e promozione degli interessi generali delle imprese.

Ulteriori competenze previste dalla legge di riforma riguardano la regolazione del mercato: 1) costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti; 2) promozione della diffusione di contratti – tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di consumatori; 3) promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti; 4) costituzione di parte civile nei procedimenti relativi ai delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio; 5) promozione della repressione della concorrenza sleale.

Dalla relazione regionale si ritiene opportuno riportare la parte dedicata all'attività promozionale esposta come sintesi regionale.

Servizi promozionali.

- Organizzazione e partecipazione a mostre, fiere e iniziative convegnistiche in Italia (si riportano di seguito le più significative partecipazioni del sistema camerale regionale nel suo complesso):
  - Partecipazione alla 62ª edizione della Mostra Internazionale dell'Artigianato (MIA) di Firenze
  - Organizzazione del premio "Olio Toscano"
  - Partecipazione al premio "Ercole Olivario"
  - Partecipazione alla mostra SOL di Verona
  - Partecipazione alla realizzazione della 22ª edizione della "Settimana del Miele" a Montalcino (SI)
  - Partecipazione all'organizzazione in Firenze del congresso scientifico internazionale "Vino e salute"
  - Partecipazione alla realizzazione di una iniziativa promozionale all'interno del "Salone del gusto di Torino"
  - Partecipazione ad "Oleum", mostra nazionale dell'olio di oliva di alta qualità
  - Partecipazione di una rappresentanza di artigiani toscani al "Salon Art & Artisanat" di Digione, in qualità di ospiti d'onore
  - Compartecipazione all'organizzazione del progetto "Toscana: il turismo del benessere"

- Organizzazione e partecipazione a mostre, fiere e iniziative convegnistiche all'estero (attraverso il Centro Estero)
  - Partecipazione al "Marine Equipment Trade Show (METS)" a Singapore
  - Partecipazione a "Boot", mostra internazionale dell'abbigliamento a Brno
  - Partecipazione a "Shoes & Leather" mostra internazionale del settore pelle a Canton
  - Partecipazione al progetto "Home shopping Network" negli USA
  - Partecipazione a "Jewelry & Watch Fair" mostra internazionale dell'oreficeria a Hong Kong
  - Partecipazione a "Avenida moda" mostra dell'abbigliamento a Miami
  - Partecipazione a "China food" mostra dell'agroalimentare di Shangai
  - Organizzazione di una iniziativa promozionale per i vini toscani a Londra
  - Partecipazione a mostra relativa al settore legato al patrimonio artistico/museale a New York
  - Partecipazione a mostra relativa al settore legato al patrimonio artistico/museale a Miami
  - Partecipazione a iniziativa promozionale "A.Y.S.F." a Istanbul

- Partecipazione a "New Midwest International Fancy Food & Confection Show" relativa al settore alimentare a Chicago
- Partecipazione a "National Stationery Show" inerente il settore cancelleria a New York

- Attività seminariali di sostegno alla promozione economica all'estero delle aziende toscane (attraverso Centro Estero)
  - Seminario indirizzato al mercato della Repubblica Ceca per aziende produttrici di tessuti per abbigliamento (n. 17 imprese partecipanti)
  - Seminario di approfondimento sull'applicazione dell'IVA nei Paesi dell'U.E. svoltosi presso la CCIAA di Massa Carrara (n. 45 imprese partecipanti)
  - Seminari sul marketing e la contrattualistica in Cina, svoltisi presso le CCIAA di Firenze, Pistoia e Massa Carrara (n. 60 imprese partecipanti)
  - Seminario sul mercato degli agroalimentari in USA, svoltosi presso la CCIAA di Grosseto (n. 9 imprese e consorzi partecipanti)
  - Seminario su opportunità e problemi nel mercato dell'abbigliamento per bambino in USA, svoltosi presso la CCIAA di Pistoia (n. 13 imprese e consorzi partecipanti)
  - Seminari su contratti di vendita e concessioni di vendita, svoltisi presso la CCIAA di Lucca e Massa Carrara (n. 65 imprese partecipanti)
  - Seminario sulla subfornitura, svoltosi presso la CCIAA di Lucca (n. 60 imprese e consorzi partecipanti)
  - Seminario sulle forme di pagamento internazionali, svoltosi presso la CCIAA di Massa Carrara (n. 52 imprese partecipanti)
  - Seminari sul contratto di agenzia svoltisi presso la CCIAA di Prato (n. 90 imprese e consorzi partecipanti)

- Attività di consulenza giuridica a favore di imprese:
  - Iniziative di consulenza per il mercato USA (consulenze per aziende/consorzi e incontri personalizzati con aziende)
  - Iniziative di consulenza sulla contrattualistica internazionale in favore di imprese/consorzi
- Iniziative relative all'attuazione del D. Lgs. 114/1998 sulla disciplina del commercio
- Iniziative volte ad incentivare la creazione di nuova imprenditorialità dello Stato e dall'Unione Europea
- Erogazione di contributi diretti a favore di imprese, di consorzi o cooperative di garanzia fidi
- Contributi per la partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero
  - Erogazione contributi alle aziende toscane partecipanti a "Mabel Mosca 98" Salone internazionale dell'arredamento
  - Erogazione contributi alle aziende toscane partecipanti a "Stonetech" di Pechino, mostra internazionale macchine per la lavorazione del marmo
- Erogazione di incentivi fiscali al commercio e turismo (credito d'imposta) su delega del Ministero dell'Industria (art. 11 L. 449/97)
- Adeguamento della soc. Toscana Ambiente in società di servizi per il sistema camerale regionale
- Partecipazione all'iniziativa della Regione Toscana per la costituzione di un'Agenzia regionale di promozione economica (APET)
- Attuazione del Reg. CE 2430/97 per il miglioramento della produzione olearia a mezzo della realizzazione di sale di degustazione presso le Camere di Commercio.

Il sistema camerale toscano nell'anno 1998, per svolgere le sue attività dispone di una entrata corrente (Tit. I) di 124,6 miliardi effettivamente riscossi (su 148,8 miliardi accertati). Il rapporto fra riscossioni e accertamenti è, nella media toscana, pari all'83,7% con punte del 91% per Massa Carrara e del 90,7% per Pisa. Tale indice è leggermente superiore a quello medio nazionale (83,3%).

Se si pone pari a 100 il totale entrate correnti del sistema camerale toscano, si rileva che il 27,8% afferisce alla sola camera di Firenze.

Contrapponendo per necessità di esposizione alle entrate correnti, le spese correnti si rileva che queste ammontano a 125,6 miliardi come impegni ma solo a 84,2 miliardi come pagamenti.

Il sistema, quindi, presenta residui attivi come residui passivi ma quest'ultimi in sensibile misura; dal che si deduce che il sistema camerale toscano presenta una certa lentezza nel realizzare le iniziative promozionali in particolare. Infatti il rapporto pagamenti/impegni x 100 è pari al 78,8% per le spese per servizi generali e istituzionali e solo del 46% per le spese di intervento economico.

Un altro dato interessante è quello relativo al rapporto fra il complesso delle spese correnti (espresso in impegni) e il complesso delle spese per interventi promozionali.

Questo indice nella media regionale è pari al 36% con alcuni scostamenti anche significativi come Arezzo (47,3%) dovuto probabilmente al criterio di classificazione delle spese. In alcune camere di commercio lo scostamento in diminuzione sta a testimoniare (Livorno, Massa) una limitata capacità di intervento.

Un esame più approfondito permette di percepire la fisionomia degli interventi promozionali, che per brevità viene esposta a livello regionale.

La voce di spesa più importante è rappresentata (11,4 miliardi su 34,2 miliardi) dagli interventi per la commercializzazione e l'internazionalizzazione delle imprese, un'attività diffusa fra tutte le camere di commercio, retaggio storico delle più diffuse forme di incentivazione. Questo tipo di intervento è tenuto in considerazione con maggior intensità nelle camere di Firenze, Arezzo, Siena, Pistoia ed è legato alla diffusione delle piccole e medie imprese che producono oggetti di pregio come quelli artigianali.

La seconda voce per importanza riguarda il sostegno alla finanza aziendale che viene realizzato con interventi in favore dei fondi rischi, con abbattimento parziale degli interessi passivi a carico delle imprese e altri sistemi. Si distinguono in questa forma di attività le camere di commercio di Firenze, Arezzo, Grosseto e Pisa.

La terza voce per importanza è rappresentata dagli interventi in favore della formazione e della assistenza tecnica. Gli importi degli interventi si mostrano confrontabili fra un ente camerale e l'altro. Tale omogeneità è certamente da collegarsi con la presenza diffusa di aziende speciali destinate alla formazione e che vivono anche del trasferimento dal bilancio camerale.

Al quarto posto per importanza si trova la voce per gli interventi in favore dello sviluppo tecnologico, della qualità, della innovazione e dell'ambiente.

Le camere di commercio che si distinguono per gli investimenti in questi campi sono quelle di Lucca, Pistoia, Prato, Firenze e Siena. Assenti o poco significativi gli investimenti nelle altre camere di commercio.

Un'altra voce significativa è rappresentata dalle iniziative in favore della costituzione e dello sviluppo di nuove imprese. Questo tipo di intervento camerale, da ritenersi innovativo, è diffuso nelle camere di Firenze, Pisa, Siena, Pistoia e Lucca e assente ad Arezzo e Prato, limitato a Grosseto e Massa.

Nelle varie tavole del rendiconto finanziario delle spese, riportate nella relazione della regione appare una voce "Promozione e sviluppo di settori di peculiare rilevanza per l'economia locale". Si tratta di iniziative gestite da alcune camere di commercio (Massa-Carrara, Prato e Arezzo) a favore di settori tipici dell'economia locale (rispettivamente: estrattivo e lapideo, tessile, orafo). Relativamente al contesto di Massa-Carrara, va detto che talune iniziative relative al "Progetto Marmo" da realizzarsi con un'azione di promozione congiunta con la società "Marmi e Macchine spa", non hanno avuto luogo. Pertanto si è registrato a consuntivo dell'anno 1998 un minor impegno di spesa rispetto allo stanziamento previsto. In questa attività si distingue la Camera di Arezzo (22,1% del totale delle spese come impegni) seguita da quella di Prato (12,4% del totale delle spese come impegni) e da quella di Massa-Carrara (8,1%). Si ritiene opportuno prendere in esame ulteriori elementi sulle modalità di acquisizione, utilizzazione e rendicontazione degli stanziamenti camerali, così utilizzati.

2) - L'unione regionale delle camere di commercio della Toscana.

Le Unioni regionali sono associazioni volontarie di camere di commercio e questa forma giuridica è stata ripetuta dalla legge di riforma (L. n. 580 del 1993).

Nascono, le Unioni, per lo sviluppo delle attività che interessano più province e per il coordinamento dei rapporti con la Regione. Nella realtà il compito delle Unioni appare molto articolato e completato da una vasta area di studi e di indagini sugli aspetti della vita economica regionale e di sviluppare quelle attività alle quali si rende più opportuno conferire una dimensione regionale.

L'Unione regionale toscana è stata costituita nel 1968 ma nel 1996 verrà dotata di un nuovo statuto, approvato dal Ministero. Gli organi, per l'Unione regionale della Toscana, sono rappresentati da:

1) Assemblea composta da tutti i presidenti camerali e quattro membri per ogni camera componenti di giunta camerale, in rappresentanza dei settori industria, commercio, artigianato e agricoltura ed inoltre 20 membri componenti di consiglio camerale, in rappresentanza degli altri settori sedenti nei consigli camerali (quindi in totale 70 membri)
2) Consiglio delle Associazioni regionali di categoria composto da presidenti e direttori delle organizzazioni professionali regionali maggiormente rappresentative
3) Consiglio di amministrazione composto dai presidente camerali più alcuni membri eletti, eventualmente dalla assemblea
4) Presidente. un presidente di camera di commercio
5) Comitato dei Segretari generali
6) Collegio dei revisori dei conti.

Nel 1998 l'Unione della Toscana ha realizzato le seguenti iniziative:

- sportello ospitalità: consiste di uno sportello, riservato agli operatori economici del turismo, per l'analisi della fattibilità di impianti di imprese turistiche;
- convegni dedicati alla grande viabilità e al consumatore come centro del sistema moda internazionale;
- studio (II fase) sul sistema infrastrutturale dei distretti produttivi toscani;
- partecipazione a mostre: MARTA (Artigianato), Salone di Digione, Sol '98;
- progetti arbitrato e conciliazione; 2) creare imprese in Toscana, 3) servizi per le imprese esportatrici; 4) progetto HCCP;

- partecipazione, con documenti di proposta, incontri, seminari, ecc., al processo di decentramento amministrativo;
- iniziative varie in favore della costituzione dello sportello unico, per le attività produttive;
- assistenza alle camere di commercio toscane con servizi in rete;
- formazione del personale camerale.

Regione Marche.

La Regione Marche ha trasmesso la relazione di cui trattasi in allegato alla propria nota n. 889/8/ENL del 3.4.2001.

La relazione è stata esaminata dalla Giunta regionale delle Marche nella seduta del 20.3.2001 che ha preso atto del suo contenuto e ne ha autorizzato l'invio allo scrivente Ministero.

La relazione prende in esame il periodo di due anni: 1998 – 1999 in ciò adeguandosi a quanto indicato dal Ministero, il quale, preso atto del ritardo con il quale le relazioni regionali vanno inviate, con propria nota n. 688325 del 19.7.2000 aveva diffuso la disposizione di estendere la valenza della relazione a due esercizi.

La relazione è organizzata in modo monografico e considera separatamente ogni ente camerale.

1) Camera di commercio di Ancona.

Detto ente è caratterizzato da una sede principale e da tre uffici distaccati (Fabriano, Jesi, Senigallia). L'ente è pure dotato di una azienda speciale: Azienda speciale per la pesca e l'agricoltura (ASPEA), da una camera arbitrale interprofessionale in forma associativa.

E' sede della camera di commercio italo – albanese e ospita la delegazione Marche della Associazione camere di commercio oltre Adriatico.

La Camera di Ancona, possiede partecipazioni sia ad organismi associativi del sistema camerale (Infocamere, Meteora, Assicor, Mediacamere) come ad organismi di interesse locale (Aeroporto Comunità dei porti Adriatici, Assoporti, Ente fieristico regionale, Interporto Marche, ecc.) tanto per citare i più importanti.

La relazione predisposta dalla Regione nel procedere all'analisi dell'attività camerale, prende in considerazione le macroaree più importanti.

Allo scopo di trasporre il contenuto di detta analisi nella presente relazione, l'attenzione verrà concentrata soprattutto sulle aree dei servizi promozionali, di quelle di studio e di statistica e di quelle di regolazione del mercato.

Nel 1999 si è completata la costituzione degli organi camerali e il 22.12.1999 il consiglio camerale ha approvato la relazione programmatica triennale prevista dalla legge di riforma delle camere di commercio.

Nel Registro imprese della Camera di Ancona sono iscritte, al 31.12.1999 n. 40999 imprese, al netto delle unità locali.

L'Ufficio del Registro delle imprese ha svolto nel periodo importanti azioni che si possono considerare assai vicine a quelle di promozione economica come l'istituzione dello sportello unico nei comuni di ancona, Jesi e Senigallia, attraverso una convenzione alla quale aderiscono anche Provincia e Prefettura, oppure la partecipazione al comitato per la gestione della borsa immobiliare, ha organizzato e gestito la domanda di incentivi fiscali al commercio ai sensi della legge finanziaria n. 449/97, ha gestito la rottamazione delle licenze in base alle disposizioni del D. Lgs. n. 114/98.

1.1) L'attività dell'area promozionale.

La spesa per attività promozionali è passata da L. 4.416 mld del 1998 a L. 4.023 mld. del 1999 corrispondente rispettivamente al 32 e al 31,7% del totale delle spese correnti.

Sempre con riferimento al 1999, l'ammontare complessivo delle spese per attività promozionali si suddivide fra la voce, quote e contributi associativi L. 1,426 mld e iniziative di promozione e informazione L. 2,569 mld.

Arrivando all'argomento delle attività promozionali si possono, in estrema sintesi, ricordare le iniziative più importanti, a partire da quelle di studio e ricerca.

1.1.1) La partecipazione a manifestazioni fieristiche ha coinvolto 88 imprese per 13 eventi. Gli utenti hanno gradito i risultati dell'attività camerale.

1.1.2) Nel settore marittimo è stata fornita collaborazione per lo sviluppo dei trasporti marittimi portuali con Croazia e Bosnia Erzegovina, secondo un piano predisposto da Regione, Comune e autorità portuale di Ancona. L'attività dovrebbe portare alla istituzione di una linea Ancona – Ploce.

1.1.3) Ancora in fatto di trasporti marittimi è stato concluso il progetto Short-sea in collaborazione con Unione Trasporti riguardante una ricerca sull'offerta e sulla domanda di navigazione mediterranea nel porto di Ancona.

1.1.4) E' stato realizzato un monitoraggio su 1.500 imprese per individuare le esigenze e i servizi più rilevanti.

1.1.5) Si è svolto un corso per l'iscrizione all'albo dei responsabili tecnici delle imprese esercenti l'attività di gestione dei rifiuti.

1.1.6) E' stato istituito l'osservatorio provinciale Eurologo e sono state sviluppate alcune iniziative collegate.

1.1.7) E' stato realizzato il censimento intermedio industria e servizi, ed è stata avviata la prima parte del censimento dell'agricoltura.

1.1.8) E' stato realizzato il progetto Excelsior, consistente nell'indagine diretta, a carico delle imprese con oltre 250 dipendenti, per individuare le nuove professionalità necessarie per il mondo del lavoro.

1.1.9) E' stata pubblicata la prima analisi statistica territoriale della provincia realizzata in collaborazione con Prefettura, ISTAT, Provincia e Camera di Ancona.

1.1.10) E' stata dedicata molta attività all'argomento della conciliazione, realizzando un convegno su "Conciliazione e sub – fornitura", organizzando un ulteriore corso di specializzazione per conciliatori camerali con la partecipazione di 40 conciliatori.

1.2) Eurosportello.

Le attività più rilevanti nella materia sono :

1.2.1) Attività di coordinamento e pilotaggio per l'ampliamento del sito Internet.

1.2.2) Avvio allo sportello per l'internazionalizzazione .

1.2.3) Realizzazione di corsi di formazione per la internazionalizzazione dell'impresa (in collaborazione con IFOA) per la sicurezza sui luoghi di lavoro e un seminario sulle nuove opportunità offerte alle p.m.i. dalla Banca Mondiale degli Investimenti.

1.3) Servizio nuove imprese.

L'ente camerale ha realizzato 26 seminari di orientamento al mercato del lavoro e dell'imprenditoria presso istituti superiori della provincia.

Ha poi tenuto 6 giornate in favore dei nuovi imprenditori nel settore dei servizi alle persone; 6 giornate in favore dei nuovi imprenditori del settore turismo; 4 giornate in favore dei nuovi imprenditori del settore turismo; 4 giornate in favore dei nuovi imprenditori del settore ambiente.

A favore degli aspiranti imprenditori, con il contributo del FSE e in collaborazione con IFOA di Pesaro è stato organizzato un corso di 350 ore.

Infine è stato avviato uno sportello di assistenza personalizzato con l'Unione Giovani commercialisti di Ancona e Camerino.

La Camera di commercio di Ancona ricorre con particolare intensità al fondo perequativo gestito da Unioncamere.

Nel 1998 sono stati presentati e accolti i seguenti progetti:

1) Sportello orientamento al lavoro;
2) Sportello Unico per l'internazionalizzazione delle imprese;
3) Promozione e diffusione della cultura in materia di brevetti (pat-lib);
4) Diffusione della cultura metrologica.

Nel 1999 sono stati presentati e accolti i seguenti progetti:

1) Sportello per l'informazione economica e statistica;
2) Sportello per l'internazionalizzazione delle p.m.i. (2° anno);
3) Diffusione della cultura conciliativa;
4) Orientamento all'impresa;
5) Creazione di un sistema informativo per l'avvio delle funzioni previste nel D. Lgs. n. 252/99 (controllo della qualità in oreficeria);
6) Osservatorio regionale sul commercio;
7) Firma digitale.

2) Camera di commercio di Ascoli Piceno.

L'Ente camerale di Ascoli Piceno svolge la sua attività oltre che nella sede principale anche nelle sedi distaccante di Fermo e di S. Benedetto del Tronto.

Inoltre già dal 1990 è in funzione una azienda speciale denominata "Servizi informativi" per le imprese Eurosportello. Nel 1998 è stata costituita una seconda azienda speciale denominata "Piceno Promozione".

In S. Benedetto del Tronto è in funzione una Borsa Merci e una Borsa Immobiliare.

L'Ente camerale ha istituito una Camera arbitrale e di conciliazione. Quest'ultima ha iniziato concretamente ad operare nel 1999.

Ancora l'ente presenta alcune partecipazioni qualificate verso il sistema camerale nazionale (Infocamere, Tecno Holding) e verso organismi di importanza locale: Centro Agroalimentare di S. Benedetto del Tronto, l'Istituto della cultura di impresa, il Consorzio universitario Piceno, l'Ente Quintana, il Consorzio sviluppo industriale di Ascoli Piceno, la Società di gestione dei Patti territoriali per l'occupazione.

L'ente presente una pianta organica di 73 persone di cui 67 in servizio, 6 unità risultano distaccate nelle sedi periferiche.

Le entrate correnti dell'ente ammontano a Lire 16,892 mld. e con un avanzo di amministrazione di l. 4,799 mld.

Risultano iscritte nel Registro imprese 40.264 imprese attive.

2.1) I servizi promozionali.

Detti servizi vengono svolti in prevalenza dalle aziende speciali.

Per questo motivo la promozione delle nuove imprese è stata delegata all'azienda Eurosportello che ha provveduto a fornire agli operatori economici informazioni di mercato, possibili collaborazioni con altri imprenditori per l'accesso al credito, per le provvidenze in favore della imprenditoria giovanile.

Circa la promozione all'estero si segnala (1998) la partecipazione a tre esposizioni nei paesi U.E. e tre esposizioni nei paesi extra U.E. Inoltre è stato organizzato un incontro conoscitivo in un paese extra U.E. e si è provveduto al ricevimento di quattro delegazioni estere di provenienza sia comunitaria come extra – comunitaria.

L'ente camerale è intervenuto in favore dei consorzi fidi erogando contributi sul fondo rischi. Contributi (quote associative) sono stati erogati a 11 camere di commercio italiane all'estero.

Poiché l'area della promozione economica comprende anche il Servizio studi, statistica e informazione economica è necessario richiamare l'attività svolta, per grandi linee, da questo ultimo ufficio.

Nel periodo di riferimento sono stati pubblicati, fra studi e ricerche, ben 12 lavori eseguiti nell'ambito camerale in modo autonomo.

Detti lavori vanno dalla demografia sulle imprese al fenomeno delle esportazioni, all'attività della cassa integrazione guadagni, alle forze di lavoro – occupati in provincia, ai depositi e impieghi e sportelli bancari della provincia, ai protesti e fallimenti al commento sui risultati della ricerca Excelsior, a studi sulle scuole e sulla università in provincia.

L'ufficio è visitato da un consistente numero di utenti che chiedono informazioni sull'indice dei prezzi al consumo, sulla demografia delle imprese. Un certo numero di utenti (300) si sono rivolti ai servizi automatizzati della biblioteca.

Nel 1998 ha preso avvio il procedimento per la formazione dei componenti le commissioni di conciliazione con l'istituzione di appositi corsi. Alla fine del 1998 si è avuto il primo procedimento di conciliazione terminato con un nulla di fatto, nel senso che una parte non ha accettato la decisione dei conciliatori.

Particolare attenzione riceve l'azienda speciale Eurosportello della quale è in corso un piano di rilancio e uno studio per individuare la tipologia dell'utenza e i suoi fabbisogni.

Per quanto riguarda il processo di internazionalizzazione delle imprese sono stati organizzati due work shop allo scopo di fornire nozioni di pratica applicazione, e di fornire elementi di cultura di impresa.

Ad un esame del bilancio l'azienda presenta a rendiconto L. 598.516.775 di entrata ma detta somma è costituita per L. 442.050.241 dal contributo camerale. Un intervento indubbiamente pesante che dovrà essere ridimensionato realizzando proventi per servizi resi direttamente dall'azienda.

Una situazione problematica presenta anche l'altra azienda speciale "Piceno promozione" dove su un ricavo totale di L. 1.086.000.000 l'intervento camerale raggiunge L. 850.000.000.

L'azienda "Piceno promozione" cura le iniziative promozionali all'estero. Nel periodo ha partecipato a 9 esposizioni (di cui 4 in paesi della U.E.). Queste ultime sono "MOC-MODE in Italiy 9-11/4/1999, MOC-MODE in Italy 8-10/10/1999, European Seafood Exp. Process e Intel".

Le cinque manifestazioni tenute in paesi U.E. sono: SALIMA Fiere Int.le Alimentare, Middle east leather, Poznan Fashion week 2.5.1999, Poznan Fashion week 3/8-2/9/1999, Italbusiness Ucraina.

Sono state inoltre organizzate missioni commerciali per promuovere le produzioni locali: Berlino Amburgo, Messico, Argentina.

3) Camera di commercio di Macerata.

Questo ente camerale dispone di una sede centrale e di una sede distaccata sul comune di Civitanova Marche.

Dispone di una azienda speciale, già denominata "Macerata promozione export" e ora denominata Ex.it (delib. n 272 del 16.10.2000).

Come si è già proceduto per le altre camere marchigiane, anche per Macerata verrà trattata solo la parte della relazione regionale che si occupa delle iniziative promozionali in favore dell'economia. Il relativo ufficio ha gestito le procedure attinenti la concessione degli sgravi fiscali ad commercio (art. 11 della legge n. 499 del 1997) e degli indennizzi alle imprese commerciali per la cessazione della attività (art. 25, comma 7, D.Lgs. n. 114/98), la cosiddetta rottamazione delle licenze.

E' stato costituito e posto in funzione il locale comitato per l'imprenditoria femminile ed è stato organizzato il progetto CAMPUS. Ampio spazio è stato concesso al settore della conciliazione, con la costituzione della commissione conciliatrice per le controversie della sub-fornitura (legge n. 192 del 1998), con la organizzazione di una tavola rotonda con lo scopo di presentare le funzioni di tale commissione.

L'Eurosportello ha organizzato 10 corsi di formazione per imprenditori sul territorio, allo scopo di rendere edotte le imprese sulle difficoltà connesse alla introduzione dell'euro. A tale proposito è stato predisposto e stampato un depliant in materia di adempimenti EURO. Tale documento è stato diffuso fra circa 18.000 imprese della provincia.

L'Ente camerale di Macerata ha formulato al fondo perequativo alcuni progetti che sono stati accolti.

Anno 1998.

1) Qualità totale. Modello di eccellenza europeo (EFQM);
2) Progettazione dello sportello unico per le imprese;
3) Miglioramento della qualità del registro delle imprese.

Anno 1999

1) Potenziamento della rete dei centri di informazione brevettuale (Centro PAT-LIB)
2) Qualità totale – Modello di eccellenza europeo (11 anni)
3) Miglioramento della qualità del Registro Imprese
4) Firma digitale
5) Diffusione della cultura conciliativa
6) La formazione e la qualificazione del commercio elettronico
7) Ufficio metrico

L'esame dei risultati contabili mette in evidenza che, nel 1998, l'ente, a fronte di una spesa complessiva di L. 9.213.189.683 ha sostenuto spese per iniziative promozionali pari a L. 3.111.681.297 corrispondenti al 33.77%. L'anno successivo la spesa corrente è passata a L 10.601.861.460 e le spese promozionali sono state pari a L. 3.986.172.166 corrispondenti al 37,60%. Le spese promozionali, come si è visto altrove, riguardano le quote e i contributi associativi come le iniziative promozionali vere e proprie.

4) Camera di commercio di Pesaro e Urbino.

La Camera di commercio di Pesaro dispone di una sede principale in Pesaro, di una sede secondaria ancora in Pesaro, un'altra in Fano e l'ultima in Urbino.

L'Ente dispone anche di due aziende speciali rispettivamente:

1) "Pesaro Promozione". Questa azienda nel 1998 è stata trasformata in società per azioni con lo scopo di far partecipare altri soggetti pubblici e privati alla gestione della promozione locale attraverso l'attività del centro fieristico.
2) A.SP.IN. 2000 "Azienda speciale per la internazionalizzazione delle imprese", operativa dal 1.9.1998. La sua costituzione si è resa necessaria allo scopo di disporre di una struttura che si occupasse con agilità, efficacia ed efficienza dei problemi legati all'internazionalizzazione della imprenditoria locale. Le p.m.i. della provincia sono venute, in tal modo, in possesso di uno strumento di informazione, promozione, formazione per affrontare il mercato globale. L'azienda speciale gestisce gli strumenti più adeguati ed avanzati per la penetrazione nei mercati mondiali, per la erogazione di servizi reali alle imprese, partecipando a fiere ed eventi di mondializzazione, formazione professionale nello specifico settore, attività formativa informatica e divulgativa, ecc. Già nel 1998, l'Azienda speciale ha realizzato la partecipazione di imprese locali a mostre del mobile come ANUGA-SPEZIAL (Colonia, 15-18 ottobre) MEBEL del mobile russo (Mosca, 16-19 novembre) e Fiera del Mobile di Colonia (Colonia, gennaio 1999).

4.1) Partecipazione ad organismi associativi.

Anche la Camera di Pesaro mostra una significativa partecipazione ad organismi del sistema camerale (Tecno Holding Spa, Infocamere scpa, Mediacamere, Tecnocons. ecc.) e ad organizzazioni di rilevanza locale (Consorzio del mobile, SUISA, Società Aeroportuale Fanum Fortunae, Consorzio Marchigiano, Consorzio medio - Metauro, SEL Appennino Centrale ecc.).

Significativa è anche l'adesione a numerose camere di commercio italiane all'estero e ancora, a consorzi e cooperative garanzia fidi, all'Ente Fano Ateneo, all'Ente Pesaro Studi ecc.

Tralasciando di considerare l'attività svolta dalle aree "Servizi e AAGG) e "Servizi Anagrafici – certificativi", si porterà l'attenzione sul settore "Informazioni economiche e servizi all'impresa".

Nel corso del 1998 sono incrementate le attività promozionali soprattutto nella forma di penetrazione sui mercati esteri. Allo scopo sono stati organizzati incontri di missioni locali all'estero e ricevimento di delegazioni straniere a Pesaro (17). Sono state effettuate partecipazioni a congressi e meeting.

Intensa è risultata anche l'attività di consulenza allo sportello, la fornitura di informazioni su normative, appalti e finanziamenti comunitari, la raccolta di informazioni su clienti esteri, su aziende concorrenti, su banche dati, fornitura di informazioni su finanziamenti vari.

Le iniziative promozionali vere e proprie, svolte direttamente dall'ente camerale, in aggiunta a quelle realizzate dalle aziende speciali sono numerose e articolate.

Si va dalla partecipazione diretta con stands e delegazioni a mostre specializzate per prodotti agro-alimentari, vino, tartufi, ospitalità turistica, a realizzazione di progetti europei per paesi della Europa centrale e dell'Asia, all'apertura di una sede staccata a Nanchino, la messa a punto di un progetto per un "centro commerciale" di prodotti della provincia di Pesaro a Wolfsburg, ecc.

Molte sono poi le iniziative di promozione sviluppate da altri enti pubblici e associazioni private alle quali l'ente camerale ha partecipato economicamente.

4.2) Il fondo perequativo.

La camera di Pesaro ha presentato nel 1998 cinque progetti per godere dell'intervento del fondo perequativo.

1) Archiviazione ottica e recupero dell'arretrato
2) Carta dei servizi
3) Sportello ambiente
4) Euro: la moneta e i cittadini
5) Sede distaccata di Fano.

Per l'esercizio 1999 i progetti presentati e ammessi sono i seguenti:

1) Nuove competenze in materia di mercato
2) Programma di marketing territoriale.

4.3) Le iniziative svolte nel 1999.

Nel 1999 importanti iniziative vengono programmate e realizzate, alcune sono le prosecuzioni di quelle già illustrate a proposito dell'esercizio 1998. Altre sono originali nella proposta.

4.3.1) Costituzione della Spa "Fiere di Pesaro". La società neo-costituita si pone l'obiettivo di gestire il quartiere fieristico in località Campanara. Il complesso era gestito sinora dall'azienda speciale "Pesaro promozione" che viene soppressa. Con la costituzione della società di capitali si rende possibile l'ingresso di Banche, Provincia e Comune di Pesaro, Regione Marche. Riassumendo, in argomento di partecipazione, l'ente camerale interviene nell'aumento del capitale sociale da parte della Società che gestisce l'aeroporto. Infine interviene a sostegno del progetto Qualità in favore delle imprese produttrici di mobili del distretto. La società COSMOB gestisce un laboratorio che svolge le verifiche specialistiche per attestare la conformità dei prodotti (mobili) alle norme tecniche.
4.3.2) Azioni di studio e pianificazione strategica. E' stata predisposta dalla Facoltà di economia dell'Ateneo di Urbino una ricerca per l'individuazione di obiettivi strategici per lo sviluppo del territorio. E' in procinto l'avvio dell'attività di un laboratorio permanente di strategia e politiche per lo sviluppo economico – territoriale. Il Laboratorio produrrà rapporti semestrali dedicati all'analisi delle informazioni e al monitoraggio delle componenti territoriali dello sviluppo.

4.4) Azioni di proiezione dell'immagine del territorio e delle produzioni tipiche.

Si tratta di iniziative articolate su varie materie delle quali si ricordano le più importanti.

4.4.1) Presentazione della brochure edita dalla camera di commercio concepita quale biglietto da visita dell'economia del territorio pesarese.
4.4.2) Realizzazione, nell'ambito di Promo – Marche 1999 di uno stand istituzionale con prodotti tipici e prodotti di qualità e parallela organizzazione di un convegno sulla integrazione del turismo, con l'agricoltura e il commercio.

4.4.3) Organizzazione della 45ª mostra dei fiori e delle piante ornamentali da tenersi in concomitanza con la ricorrenza del Santo patrono S. Francesco d'Assisi.
4.4.4) Presentazione tramite conferenza, del distretto del mobile, in occasione del Salone del mobile di Milano.
4.4.5) Adesione al progetto "commercio elettronico" Special ITALY predisposto da Infocamere per la valorizzazione e promozione dei prodotti tipici del territorio.

4.5) Azioni di concertazione sui programmi di riqualificazione urbana e di sviluppo sostenibile del territorio. Tramite una convenzione sottoscritta con Provincia e Comune di Pesaro, si è passati alla attuazione di un programma di potenziamento e sviluppo del centro fieristico internazionale del Medio Adriatico.

4.5.1) Partecipazione ai lavori del consiglio di amministrazione della società che gestisce il patto Territoriale Appennino Marchigiano.
4.5.2) Partecipazione ai lavori del consiglio di amministrazione della società che gestisce il patto territoriale dell'Appennino centrale con approvazione del piano operativo.
4.5.3) Una consistente attività convegnistica è stata realizzata nel 1999. Essa riguarda:

- I patti territoriali e gli interventi sui distretti (30.1.1999)
- Il sistema dell'autotrasporto in Italia. Il corridoio adriatico. I sistemi dell'autotrasporto integrato (1.6.1999)
- Il nuovo ruolo di autonomia funzionale delle camere di commercio (12.11.1999)
- Collaborazione tra Provincia, Camera di commercio ed altri enti per la realizzazione di infrastrutture telematiche al servizio delle p.a. (23.11.1999).

4.6) Azioni in materia di turismo.

Rientrano in questo paragrafo le iniziative concordate in sede di consulta provinciale per il turismo e realizzate dalla camera di commercio in collaborazione con Regione Marche, Provincia e Associazioni di categoria.

Le manifestazioni fieristiche a cui si è deciso di partecipare sono: BIT di Milano; CMT di Stoccarda; FERIEN di Vienna; CBR di Monaco; HOLYDAY WORLD di Praga; BITEX di Roma; RTC di Firenze; WTM di Londra, ecc.

E' continuata comunque la partecipazione al progetto Ucraina Follow-up per valutare i riflessi dell'iniziativa in termini commerciali e turistici.

Si è partecipato con una settimana pesarese a Helsinki ad un'ulteriore settimana pesarese a Wolfsburg.

Un'altra serie di iniziative la camera pesarese ha svolto tramite l'Unione regionale delle camere di commercio. Si ritiene opportuno ricordare che si tratta di iniziative aventi rilevanza regionale.

- Adesione al Patto di sviluppo promosso dalla Regione Marche
- Adesione alla SVIM (Società di sviluppo Marche Spa) costituita con legge regionale n. 17/99. La società ha lo scopo di perseguire in attuazione del programma regionale di sviluppo, l'innovazione e l'integrazione dei mercati, anche sui mercati esteri del tessuto produttivo regionale. La quota di partecipazione dell'unione regionale è pari al 7,5% del capitale sociale (150 mld). Il contributo straordinario della Camera di Pesaro è pari a L. 37,5 milioni. Ancora l'Unioncamere ha sottoscritto, in rappresentanza di tutte le camere delle Marche, un protocollo d'intesa sulla internazionalizzazione delle imprese.

5) Unione regionale delle camere di commercio delle Marche.

La relazione della Regione non tratta in modo distinto dell'attività della Unione regionale. Qualche richiamo al predetto istituto si ha con riferimento alla Camera di Pesaro.

Regione Umbria.

La Regione dell'Umbria ha rimesso la propria relazione, quale allegato alla propria nota prot. 27.782 IV/L del 15.9.2000. La relazione si riferisce al 1998 ma l'Unione delle camere di commercio ha trasmesso pure i dati circa le pur importanti variazioni intervenute nel corso dell'esercizio 1999.

Nel 1998 si sono completate le procedure per la formazione degli organi camerali ai sensi della legge 29.12.1993, n. 580.

L'Umbria conta su due camere di commercio: Perugia e Terni, per complessive due sedi provinciali, e quattro sedi distaccate per Perugia e una sede distaccata per Terni. La facilità di accesso agli sportelli camerali è, inoltre, incrementata con l'entrata in funzione del servizio postale "CERTITEL".

Il sistema conta inoltre su due aziende speciali: Promo – Camera e Centro Congressi per Perugia e E.VA.PRO.T. per Terni.

Fanno parte della rete, l'Unione regionale delle camere di commercio e il centro commercio estero. Inoltre agiscono le borse merci (sale contrattazioni) e la Borsa immobiliare.

Nel 1998, nel complesso della regione, risultano iscritte al Registro delle imprese 75.362 imprese delle quali 23.185 quali imprese artigiane iscritte all'Albo gestito sulla base di una convenzione fra Regione e Camere di commercio.

Si tralasciano gli accenni a tutti gli albi, elenchi, ruoli la cui tenuta è affidata agli enti camerali.

Il personale dipendente degli enti camerali umbri ammonta (1998) a 149 unità di cui 89 presso l'ente perugino, 45 presso l'ente ternano; 9 presso il centro estero e 6 presso l'Unione camere di commercio.

Come è noto, riporta la relazione regionale, la legge affida alle camere di commercio, funzioni di interesse generale che possono essere così classificate:

1) funzioni di supporto e promozione degli interesse generali delle imprese;
2) funzioni amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese;
3) funzioni delegate dallo Stato e dalle Regioni
4) funzioni consultive e di informazione economica su materie di interesse delle imprese.

Le azioni e gli interventi in favore della economia prendono varie forme come ad esempio:

1) contribuzione finanziaria a favore del sistema delle imprese;
2) offerta di servizi e messa a disposizione di strutture;
3) promozione degli scambi con l'estero e con il resto del Paese;
4) promozione turistica;
5) formazione di imprese e sua informazione;
6) supporto all'innovazione;
7) salvaguardia a fini economici del patrimonio ambientale;
8) statistiche, studi, ricerche;

9) finanza e crediti.

La Regione riconosce l'importanza dei servizi a supporto e a regolazione del mercato, anche attraverso l'attività delle sale contrattazioni e della borsa immobiliare.

1) Partecipazione in organismi societari.

Le camere di commercio realizzano una incisiva presenza in campo economico anche attraverso la partecipazione a società, enti, consorzi e associazioni di grande rilievo economico a livello regionale e nazionale.

Le partecipazioni a livello nazionale, riguardano, come per le altre camere, organismi del sistema come la società Infocamere che gestisce la rete di informatica nazionale.

A livello interregionale è particolarmente significativa la partecipazione al Comitato per la subfornitura che collega l'Umbria con le Unioni regionali delle maggiori regioni del nord del Paese.

A livello locale importanti sono le partecipazioni di ambedue le camere alla società per l'aeroporto regionale e alla società del centro fieristico regionale. Altre partecipazioni significative si hanno all'interno del Banco di assaggio dei vini d'Italia, nel Centro studi sul turismo di Assisi, nel Parco scientifico e tecnologico, nel Parco agroalimentare ecc.

2) Attività concernente gli scambi con l'estero.

Questa attività si manifesta in numerosi interventi anche diversificati. Intanto un ruolo importante in tal senso viene svolto dal Centro regionale per il commercio estero. Nello stesso contesto dobbiamo considerare anche le azioni di internazionalizzazione delle imprese.

Sono stati forniti aiuti ai consorzi Export affinché gli stessi portino a compimento i loro programmi. Notevole appare anche l'impegno profuso nella organizzazione di partecipazioni a fiere e mostre all'estero e nel ricevimento di delegazioni estere in Italia. L'attenzione viene rivolta soprattutto verso i paesi extra comunitari. Una rilevante quota delle risorse finanziarie viene destinata al parziale rimborso in favore delle imprese che partecipano autonomamente a esposizioni all'estero.

Numerosi appaiono i servizi informativi e di consulenza offerti alle imprese tramite gli appositi sportelli.

La tradizionale attività di organizzazione della promozione all'interno si è affievolita nel tempo e comunque nel caso dell'Umbria è stata assorbita nell'attività dell'Ente fiera.

Rimangono ancora attività di promozione delle produzioni locali attraverso consorzi come nel caso del vino e dell'olio extravergine d'oliva.

3) Attività di promozione turistica.

Sensibili all'importanza economica del turismo in una regione così particolare come l'Umbria, gli Enti camerali hanno partecipato economicamente alla organizzazione di importanti manifestazioni come Festival dei due mondi, Umbria Jazz, hanno sostenuto il Teatro stabile e riuscite manifestazioni gastronomiche come Umbria in tavola e Eurochocolat.

Ma il sistema camerale sostiene il settore turistico attraverso attività per lo sviluppo di infrastrutture e per l'assetto del territorio, con la ricerca e gli studi in campo turistico, in particolare l'agriturismo al quale è stata destinata una pregevole pubblicazione, con la messa a disposizione di contributi ad iniziative di settore.

4) Formazione d'impresa.

La formazione di nuove imprese ha costituito un impegno per il sistema camerale umbro. Tale impegno prende le forme più varie anche per l'intervento del Centro per la formazione imprenditoriale di Perugia e dell'Azienda speciale della Camera di Terni. E' stato attivato uno sportello di informazione sulle agevolazioni finanziarie per le imprese e per la nascita di nuove iniziative imprenditoriali.

5) Politiche della qualità e tutela dell'ambiente.

Il sistema camerale ha perseguito risultati di difesa ambientale favorendo l'ottenimento per le imprese del marchio di qualità.

E' stata poi svolta l'opera di diffusione e raccolta dei modelli di dichiarazione ambientale ed è stata diffusa la conoscenza della normativa di carattere ambientale.

6) Studi, statistica e documentazione varia.

Il sistema camerale dell'Umbria svolge una considerevole attività di raccolta e diffusione della informazione statistica, cura la realizzazione diretta di studi e ricerche con un'azione coordinata anche con altri organismi di ricerca esterni al sistema stesso.

Non c'è dubbio che tutta questa attività ha, seppure indirettamente, una proficua ricaduta sull'attività economica, poiché contribuisce a fornire utili strumenti per le decisioni dei singoli, per le politiche di programmazione degli enti, ecc.

Il sistema camerale umbro cura le tradizionali pubblicazioni ed è impegnato nella divulgazione di informazioni a carattere promozionale relative ai servizi offerti, alle ricerche, alle indagini svolte anche con la collaborazione di organismi esterni.

L'andamento congiunturale dei settori produttivi è oggetto di indagine dell'osservatorio economico regionale. Ancora, con la soc. Sviluppo Umbria è stata attivata una positiva collaborazione avente per oggetto una indagine consuntiva e previsionale di periodicità annuale avente per oggetto anche un'indagine biennale sulle caratteristiche strutturali delle imprese manifatturiere e di servizio dell'Umbria. Sempre nell'ambito di detta collaborazione è stato attivato un sito web quale strumento informativo attivato da Sviluppo Umbria nell'ambito del marketing territoriale.

Anche nella realtà umbra, il sistema ha realizzato per la propria parte il progetto Excelsior finalizzato alla individuazione dei fabbisogni di figure professionali espressi dalle imprese.

Le due camere pubblicano risultati di ricerche e periodici che affrontano tematiche di attualità economiche.

7) Il credito garantito.

I consorzi e le cooperative di garanzia collettiva fidi hanno da sempre ricevuto attenzione dal sistema camerale soprattutto come dotazione del fondo rischi.

8) Camera di commercio di Perugia.

Oltre alle notizie di carattere generale per tutto il territorio umbro, ulteriori notizie sulla attività specifica di detto Ente camerale si ricevono dall'esame del bilancio al 31.12.1998. Intanto si rileva che i proventi della gestione corrente hanno raggiunto il totale di L. 19.386.755.944 e che gli oneri della gestione corrente ammontano a L. 18.379.248 con un positivo risultato della gestione di l. 1.007.508.372. Nella spesa corrente come sopra quantificata è compresa la disponibilità accertata di L. 4.785.396.000 destinata alle iniziative di promozione economica, corrispondente al 25% circa. Si tratta di un indice di investimento in attività economiche al di sotto della media. C'è da tener conto che, però, l'ente sostiene spese per quote associative pari a L. 2.909.209.132, spese che anche se indirettamente presentano un ritorno da considerarsi di investimento economico.

Nel 1998 l'ente perugino ha proseguito nell'opera di recupero delle attività danneggiate dal sisma del 1997, venendo a disporre di stanziamenti per L. 560.000.000 sul proprio bilancio e per L. 1.289.000.000 da contributi volontari del sistema camerale. Le iniziative intraprese sono state rivolte alla riduzione degli interessi sui mutui, al rilancio della immagine produttiva e turistica dell'Umbria. Nel 1999 sono state ammesse a godimento della suddetta disponibilità anche progetti presentati dalle organizzazioni di categoria.

E' stato riattivato il programma di finanziamento delle iniziative collegate al miglioramento della produttività nelle piccole e medie imprese. Tramite questo programma sono stati erogati contributi per oltre 2 miliardi determinando l'assunzione di circa 300 dipendenti.

Successo ha incontrato negli anni passati, e da qui il suo rifinanziamento, il progetto di ripatrimonializzazione delle piccole e medie imprese con l'erogazione di contributi in conto interessi per prestiti finalizzati all'acquisizione di beni strumentali.

La promozione della commercializzazione di prodotti tipici pregiati è stata attuata anche con l'organizzazione del noto concorso "Ercole Olivario" che ha richiesto una partecipazione di 315 milioni, mentre per la valorizzazione promozionale di tutto il comparto agro – alimentare sono stati investiti 400 milioni.

Sul settore della internazionalizzazione delle imprese sono state incoraggiate operazioni di joint – ventures con imprese estere dei vari comparti, l'impegno di spesa è stato pari a L. 400 milioni. Sono stati erogati contributi al centro estero delle camere di commercio per L. 900 milioni. Sono state assunte iniziative di sensibilizzazione verso l'euro per un impegno economico di . 650 milioni.

Sono stati curati la formazione e l'aggiornamento professionale erogando contributi al Centro di formazione imprenditoriale e all'Istituto di statistica dell'Università degli studi di Perugia.

Il turismo, compreso quello congressuale, è stato incentivato attraverso una massiccia campagna promozionale, con il coinvolgimento di circa 100 imprese e per un impegno economico di l. 470 milioni.

Negli esercizi di riferimento la camera perugina ha dovuto far fronte anche alle incombenze legate alla riparazione dei danni recati alle imprese dal sisma. Di queste si è parlato nella parte generale.

9) Camera di commercio di Terni.

L'ente camerale di Terni ha visto l'istituzione degli organi secondo la norma di riforma degli enti camerali nel 1999.

Ritiene detto Ente che la legge predetta e le altre norme che seguono e regolano la semplificazione e il decentramento amministrativo hanno disegnato il nuovo ente camerale come:

- luogo di sintesi degli interessi economici locali;
- luogo di raccolta, confronto e coordiamento delle istanze provenienti dal mondo della produzione, del lavoro, del commercio;
- ente funzionale di riferimento di ambito locale per le imprese;
- ente di riferimento sul processo di internazionalizzazione delle imprese.

In coerenza con il profilo del nuovo tipo di ente camerale si è proceduto nel 1998, alla predisposizione di una serie di rilevazioni economiche aggiornate e accessibili che rappresentano un punto di monitoraggio sistematico che conferisce all'ente un ruolo di riferimento. Si è inoltre partecipato alla realizzazione del sistema informatico Excelsior che analizza il fabbisogno del mercato del lavoro.

L'Ente, inoltre, ha completato le fasi di realizzazione del Registro delle imprese ed ampliato il grado di operatività dei servizi in ambito provinciale.

Per quanto concerne le funzioni di sostegno e di promozione dell'economia locale di cui al punto precedente, l'Ente ha potuto assicurare una disponibilità complessiva di L. 891 milioni.

Se l'intervento diretto sopra detto consiste solo nel 10,8% delle spese correnti, vi è da aggiungere l'onere per la partecipazione agli organismi del sistema camerale che rappresenta un altro 17,2% della spesa corrente.

Nell'ambito della somma di L. 891 milioni una quota pari a L. 330 milioni è stata destinata in favore dei consorzi e delle cooperative di garanzia fidi. Per l'agricoltura è stato previsto un intervento di L. 20 milioni a favore del consorzio per la difesa passiva delle colture.

Altre risorse, per circa 130 milioni sono state destinate al cofinanziamento di iniziative proposte e attivate dalle varie organizzazioni di categoria.

Consistente è da ritenere l'impegno camerale in favore della formazione con il coinvolgimento del Centro di formazione imprenditoriale di Perugia e con l'erogazione di contributi a favore dell'azienda speciale EVAPROT per consentire l'effettuazione di alcuni corsi istituzionali il cui costo non poteva considerarsi interamente coperto dalle quote degli iscritti.

10) Unione regionale delle camere di commercio dell'Umbria.

L'unione predetta si è trovata, nella propria attività in sintonia con il rinnovato ruolo delle camere di commercio.

In tal senso, anche in omaggio alle strategie elaborate nella Conferenza di programma del sistema camerale svoltasi nel 1997, l'Unione si è trovata protagonista della maggiore attenzione mostrata nei confronti del sistema camerale da parte delle istituzioni locali a cominciare dalla Regione.

L'Unione è stata chiamata al tavolo regionale di concertazione per la programmazione dei fondi strutturali 2000 – 2006 ed è stata pure indicata come unico soggetto collaboratore nel sistema informativo Business – Areas, particolare iniziativa della Regione Umbria.

Si riportano di seguito le iniziative promozionali svolte dalla Unione. E' necessario premettere che nel 1998 la stessa ha realizzato entrate ordinarie accertate per L. 1.491.761.456 e spese per 1.624.511.587. Non vengono forniti dati sulle risorse destinate alle attività promozionali.

Banca dati delle sub-forniture.

Iniziativa attivata con Sviluppo Umbria, che consiste nella rilevazione del fenomeno su circa 700 imprese, per una spesa complessiva di L. 60 milioni di cui 2,5 a carico dell'Unione regionale, Per la realizzazione del progetto è stato ottenuto un contributo dal fondo perequativo dell'Unione camere italiane. Il progetto sub – fornitura viene realizzato in partenariato con altre Unioni regionali.

Attrazione di investimenti stranieri in Umbria.

Collaborando con Regione Umbria e con Sviluppo Umbria è stato realizzato un sito Internet allo scopo di creare un sistema informativo di marketing territoriale. Al contenuto della home – page ha concorso in modo determinante l'apporto conoscitivo di Unioncamere.

Osservatorio economico regionale.

Si è concretizzato nella pubblicazione di quattro numeri trimestrali utilizzando dati amministrativi provenienti da fonti istituzionali.

Collaborazione con ISTAT regionale.

Unioncamere ha collaborato con l'ISTAT per la realizzazione del fascicolo annuale "Conoscere l'Umbria".

Sistema informatico Excelsior.

L'iniziativa è nota perché illustrata anche nel contesto di altre Regioni. Essa ha fornito risultati significativi sul piano dei rapporti con le istituzioni e in particolare con le Province e il mondo della scuola.

Servizio informatico per le imprese.

L'Unioncamere ha attivato il suddetto servizio presso l'Ufficio studi e con questo esplica un servizio anche per conto delle camere di commercio della regione. Detto sportello fornisce indicazioni sul sistema economico locale e sulle opportunità finanziarie alle imprese, anche quella relativa alla programmazione negoziata.

Attività promozionale.

L'Unioncamere si è attivata, in collaborazione con l'azienda speciale della Camera di Terni E.VA.PRO.T., per partecipare alle più importanti manifestazioni fieristiche svolte sul territorio nazionale:

- CIBUS – Parma
- MIA – Mostra Int.le dell'Alimentazione di Rimini
- L'Artigianato in Fiera di Milano
- Mostra mercato del tartufo di Fabro.

L'Unione ha altresì organizzato:

- la mostra – concorso "S. Valentino", dedicata al settore orafo, con la partecipazione di 34 operatori:
- L'Umbria in tavola, con la partecipazione di 40 ristoranti umbri, per la valorizzazione della cucina tipica regionale
- Ercole Olivario – la partecipazione consiste soprattutto nella organizzazione delle fasi del concorso che ha respiro nazionale.

E' opportuno, inoltre, riferire che l'Unione regionale delle camere di commercio partecipa a numerosi organismi associativi della regione fra i quali:

- Parco tecnologico di Terni – Società che si occupa di trasferimento tecnologico.
- Parco tecnologico alimentare dll'Umbria. Società che opera nel settore della ricerca scientifica nell'ambito delle biotecnologie in agricoltura.
- Associazione "Banco d'assaggio vini" – Società che si occupa del concorso nazionale che si tiene a Torgiano annualmente.
- Uniontrasporti – Associazione senza fini di lucro che svolge attività finalizzate a realizzare l'interesse pubblico nel settore dei trasporti.
- Agroqualità. Società di capitale costituita sotto gli auspici di Unioncamere, per la certificazione della qualità agroalimentare
- Centro italiano di studi superiori per il turismo
- Associazione "Subfor.net" costituita tra le Unioni regionali di Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli, Liguria ed Emilia Romagna per favorire l'incontro fra domanda e offerta di sub – fornitura.

Regione Lazio.

La Regione Lazio ha rimesso la relazione di cui in narrativa, come allegato alla propria nota n. 1514 del 20.11.2000.

La relazione si riferisce all'esercizio 1998 ma la predetta Amministrazione ha in corso l'operazione di preparazione della relazione esercizio 1999.

La relazione si compone di una sintesi generale che esamina ogni singola camera di commercio nell'ambito di un quadro generale, e di sette allegati nei quali sono riportati documenti amministrativi e contabili relativi ad ognuna delle cinque camere laziali, alla Unione delle camere di commercio e al centro commercio estero.

La Regione ritiene che il sistema camerale nell'anno 1998, ha consolidato i rapporti con gli enti locali, nel quadro del completamento della riforma istituzionale voluta dalla legge.

La Regione ricorda l'attività svolta dall'Unione regionale con la realizzazione dell'Agenzia per la internazionalizzazione delle imprese locali con lo scopo di coordinare ed integrare numerose attività mirate a sostenere e rendere competitive le imprese, attraverso programmi di formazione, cooperazione, penetrazione sui mercati interno ed estero.

L'attività di coordinamento del sistema è avvenuta attraverso consulte permanenti settoriali, comitati intercamerali, incontri operativi con controparti esterne: Regione, Associazioni di categoria, Unione italiana delle camere di commercio, ecc. Attraverso quest'attività sono state messe a punto proposte operative su attività congiunte.

La Regione tiene ad evidenziare il supporto organizzativo fornito alle imprese per la esposizione di prodotti qualificati e selezionati, nell'ambito di manifestazioni espositive in Italia e all'estero. Di questa vasta attività organizzativa hanno beneficiato nel periodo di riferimento, oltre 500 imprese laziali dei settori turistico, agroalimentare, artigianato elettronico.

Anche la formazione è stata curata dal sistema camerale con lo scopo di realizzare obiettivi di qualità.

Anche il Centro commercio estero ha svolto una preziosa attività favorendo il processo di penetrazione sul mercato soprattutto quello estero e fornendo una preziosa consulenza in materia di contrattualistica internazionale, di import – export e di finanziamenti comunitari.

In collaborazione con l'ICE, il Centro estero ha organizzato la partecipazione di circa 160 imprese, operanti nel settore alimentare, elettronico ed edilizio, a manifestazioni fieristiche tenutesi in California, Spagna, Russia, Oman, Asia e Sud – Africa. Sono state organizzate missioni economiche in paesi vari dell'Europa, in Sud – America e vari paesi dell'Est – Europa.

1) - Camera di commercio di Roma.

Questo Ente camerale si presenta in termini dimensionali come organismo a se' stante nel panorama del sistema camerale laziale.

Si tratta del secondo ente camerale italiano dopo quello di Milano, in termine di numero delle imprese iscritte nel Registro (378.000 al 31.12.1988) e, quindi, conseguentemente per tutti gli altri parametri.

L'attività promozionale di questo Ente è certamente considerevole in termini qualitativi come quantitativi.

La multiforme attività economica di Roma e provincia costituisce una fonte permanente di stimoli a sempre nuove e originali iniziative. Ciò appare dalle iniziative in atto e da quelle di prossima organizzazione.

Un interrogativo nasce però dall'esame del bilancio finanziario 1998 laddove si constata che al 31.12.1998 l'avanzo di amministrazione è pari a quasi 300 miliardi, mentre le entrate sono risultate pari a 130 miliardi circa di cui 94 miliardi circa per entrate correnti.

Nel corso degli anni quindi questa camera di commercio ha accumulato fondi cassa che hanno portato a avanzi di gestione sempre crescenti.

L'Ente ha preferito la linea di riservare le risorse all'acquisizione di partecipazioni in organismi societari che avrebbero moltiplicato gli effetti dell'attività camerale.

Ciò premesso è opportuno tornare sulle attività promozionali svolte come ad esempio l'organizzazione di eventi fieristici, la promozione della partecipazione ad altri eventi fieristici, la erogazione di contributi a terzi per la realizzazione di iniziative promozionali di commercializzazione nei settori dell'artigianato e piccole e medie imprese, dell'alimentazione, del vivaismo, del commercio e dei servizi (Gift, Macef, Orocapital, Moda Meeting, Vinitaly, Floroma, Roma Sposa, Salone del mare, Casaidea, Nonsolotarli, Expo Cartoon, Natale Oggi, Abitare il tempo, Salone dei sapori, Ghiottonando). Complessivamente alle predette manifestazioni hanno partecipato 570 imprese.

L'Ente camerale ha organizzato direttamente esposizioni dedicate al settore orafo, ai prodotti tipici dei Castelli romani, ai prodotti enologici della provincia. A queste esposizioni hanno partecipato circa 100 imprese.

Per numerose manifestazioni espositive organizzate da terzi la camera di commercio ha messo a disposizione contributi per l'abbattimento dei costi di partecipazione.

Contributi sono stati erogati anche ad alcuni comuni come Roma e Ariccia per l'organizzazione di iniziative varie come la promozione del turismo giovanile oppure la promozione turistica di risorse del cosiddetto "Lazio minore".

L'Ente camerale tramite l'azienda speciale IRFI ha fornito un apporto economico ad un progetto di formazione dei rappresentanti sindacali in seno alle imprese, in tema di sicurezza sui luoghi di lavoro; ha pure partecipato finanziariamente alla realizzazione da parte

di Confcommercio di un convegno di studio sulla commercializzazione all'ingrosso dei giocattoli. Interessante, anche per il contesto in cui si colloca, l'iniziativa, consistente nella partecipazione finanziaria per la realizzazione di un corso di formazione imprenditoriale per funzionari e dirigenti di strutture culturali, come musei, raccolte civiche, ecc.

Nell'esercizio di riferimento la camera di Roma è stata anche presente alla borsa internazionale del turismo di Milano e al BUY LAZIO, con uno stand istituzionale.

L'Ente camerale svolge assistenza alle imprese attraverso l'istituzione di un incubatore, con il compito dell'assistenza tecnica di orientamento e di sostegno di neo – imprenditori. L'iniziativa è svolta in collaborazione con la Provincia di Roma, l'Agenzia regionale per l'impiego e la Confartigianato. Sensibile è la partecipazione in materia di credito, alla vita degli organismi consortili di garanzia collettiva fidi erogando, nel 1998, contributi per L. 1.800.000.000.

La Camera di Roma è impegnata anche nel processo dell'innovazione, partecipando al Consorzio Roma Ricerche, aderisce al CEPAS, l'associazione per la certificazione di qualità nei servizi, partecipa economicamente in favore delle imprese che accettano l'analisi per la qualità aziendale e raggiungono il risultato della certificazione ISO 9000. Sempre nello stesso tema, l'ente camerale ha promosso un nuovo progetto qualità rifinanziando il precedente, e predisponendo un nuovo Regolamento. Così ulteriori 100 imprese acquisiscono la certificazione ISO.

Sul piano degli studi e dei progetti l'ente camerale romano si dimostra particolarmente attivo. Intanto nel periodo si assiste alla realizzazione di svariate pubblicazioni riguardanti interventi di informazione, formazione nonché di progettazione come il nuovo mercato dei fiori di Roma. Si ha lo studio indagine sulle imprese di restauro di Roma, sulle difficoltà di insediamento delle imprese artigiane nelle aree Romanina e Circoscrizione I. L'ente camerale eroga contributi per studi e ricerche eseguiti da organizzazioni di categoria come quello eseguito da Confesercenti riguardante la criticità dei mercati rionali e del centro storico di Roma.

Viene pubblicato il volume "Roma e provincia attraverso la statistica".

La Camera di commercio di Roma dispone di quattro aziende speciali:

1) IRFI – Istituto Romano per la formazione imprenditoriale
2) Azienda Romana Mercati
3) Azienda speciale Promoroma
4) Azienda per il Mercato Immobiliare.

2) - Camera di commercio di Viterbo.

L'attività promozionale della camera di commercio è rivolta, nell'esercizio, ad interventi mirati alla penetrazione sui mercati di prodotti locali, interventi assunti direttamente in collaborazione con altri enti e diretti verso manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero.

I settori interessati sono risultati essere: l'artigianato, l'agroalimentare e quello turistico. Un metodo diffuso d'intervento è risultato quello della concessione di contributi sulle spese di partecipazione. Il fenomeno ha interessato 178 imprese.

Altre 145 imprese hanno beneficiato nel 1998 di agevolazioni creditizie con abbattimenti del tasso convenzionato dell'ordine del 2 – 4%.

Nel 1999, questo metodo di intervento verrà a cessare per effetto di una delega delle funzioni agevolate dall'ente camerale ai consorzi fidi e alle cooperative.

E' stato introdotto un servizio, che fa capo all'Ufficio studi e statistica, relativo alla promozione della conoscenza delle norme nazionali, comunitarie e regionali, in favore della nascita della piccola e media impresa.

Di rilievo appare il volume dell'attività promozionale dell'azienda speciale CEFAS rivolta alla formazione dei giovani in cerca di prima occupazione e degli imprenditori.

I corsi dedicati soprattutto a neo – diplomati e neo – laureati hanno spaziato nelle materie dell'informatica, del turismo alberghiero e della gestione d'impresa.

Per gli occupati, titolari di impresa e collaboratori i corsi hanno riguardato la sicurezza nei luoghi di lavoro, l'igiene e la sicurezza alimentare e infine alcuni corsi, autorizzati dalla Regione, hanno riguardato la preparazione necessaria alla iscrizione nell'Albo degli agenti e rappresentanti e il REC.

3) - Camera di commercio di Latina.

Questo ente camerale nel 1998 si è dedicato alla promozione della qualità nelle aziende, alla promozione delle nuove imprese, al credito, all'esportazione, alla promozione economica e alle attività di studio e di indagine.

Per quanto riguarda la qualità l'ente ha erogato a 190 imprese contributi sulle spese di check – up aziendale, di approntamento del manuale di qualità, sulle spese per l'implementazione dei sistemi di qualità in azienda.

L'ente ha aperto uno sportello per la formazione delle nuove imprese "Punto nuove imprese" con la collaborazione dell'azienda speciale Formaper della consorella di Milano. Il servizio è stato ubicato presso l'azienda speciale STEP, e ben 45 aziende hanno beneficiato degli strumenti di sostegno.

La Camera di Latina ha compiuto un notevole sforzo economico aiutando le imprese a trasformare le passività a breve termine, in passività a medio termine. E' stata sottoscritta una convenzione con alcuni istituti bancari, avente per fine il compimento di operazioni di credito agevolato a sostegno della ristrutturazione e dell'ammodernamento degli impianti, dell'acquisto di macchinari moderni, di capi di bestiame selezionato, acquisto di materie prime, semilavorati, scorte. Al progetto hanno aderito 133 imprese.

Di rilevante ampiezza si presenta l'attività camerale nel settore della promozione all'esportazione con la partecipazione a numerose esposizioni in Italia: Vinitaly e Sol di Verona, SANA di Bologna, Cibus di Parma, Flormart di Padova, MIA di Rimini, Oleum di Firenze, BIT di Milano, Artigianato in Fiera di Milano, SIAL di Parigi, London Iutil Wine Trade Fair di Londra, ANUGA di Colonia. Come si può vedere la maggior parte delle iniziative espositive riguarda prodotti alimentari, considerata la prevalente vocazione agricola della provincia.

La camera ha organizzato anche alcune mostre all'interno del territorio come la Mostra agricola di Campoverde, la Mostra Ortofrutticola di Borgo Montenero, il convegno su alimentazione infantile di Sabaudia ed ha attivato programmi di miglioramento della qualità del latte, l'introduzione della coltivazione del kenaf (una pianta da fibra).

La camera si è interessata di formazione istituendo borse di studio per medici veterinari destinati alla locale ASL, per diplomati tecnici di laboratorio destinati all'Istituto zooprofilattico del Lazio e della Toscana e per giovani laureati in materie giuridiche ed economiche.

Si interessa del progetto "Campus" e al corso per il diploma comunitario di biotecnologia alimentare svolto dal Polo didattico locale dell'Università di Roma. Numerosi pure gli episodi formativi dedicati agli studenti delle scuole medie superiori.

Copiosa appare l'attività di studio svolta nel 1998, dall'Ente camerale che è sfociata in numerose pubblicazioni. Si ricordano le iniziative più significative:

1) Indagine sulle aree di attrazione commerciale
2) Censimento intermedio dell'industria in collaborazione con ISTAT
3) Progetto Excelsior: sistema informativo per l'occupazione e la formazione
4) Progetto di marketing urbano per Latina e i suoi centri storici
5) Progetto di sviluppo turistico per la provincia di Latina, in collaborazione con l'APT e le organizzazioni di categoria
6) progetto sulla strategia di attuazione degli investimenti in collaborazione con Media Camere s.c.r.l.
7) Indagine sul mercato dell'indotto in provincia, predisposta in collaborazione con la locale Associazione industriali
8) Programma di valorizzazione mediante riconoscimento della DOP dell'olio extravergine locale
9) Indagini sulla cooperazione in provincia, condotta con la collaborazione delle centrali del movimento cooperativo
10) Potenzialità del mercato dei prodotti ortofrutticoli della provincia in Germania, Austria e Svizzera, indagine svolta in collaborazione con l'Istituto agricolo per la ricerca nel sistema agro – alimentare di Roma
11) Progetto per il rilancio dell'artigianato artistico tradizionale
12) Progetto STILE riguardante lo sviluppo turistico, d'intesa con Regione Lazio, Camera di commercio di Roma, APT di Roma e Latina ecc.
13) Indagine conoscitiva sulla crisi del settore commerciale, in collaborazione con Confcommercio provinciale.

La camera arbitrale e la commissione di conciliazione sono state istituite nel 1999.

4) - Camera di commercio di Frosinone.

Questo ente camerale nel 1998 ha portato a termine il nuovo impianto del Registro imprese, adottando i servizi informatici proposti da Infocamere dei quali il più importante appare TELEMACO.

Il Servizio studi e statistica della camera ha dato vita ad alcune iniziative di ricerca e di pubblicazione specifiche della provincia, al di là delle iniziative comuni anche agli altri enti camerali.

Fra le pubblicazioni più significative si ricordano:

1) Aggiornamento del "Vademecum sulla normativa regionale e nazionale in materia di finanziamenti alle imprese"
2) Pubblicazione di bollettini spese
3) Pubblicazione dell'indagine sugli insediamenti produttivi nella provincia
4) Consulenza e orientamento a circa 500 aspiranti imprenditori, in fatto di imprenditoria giovanile, femminile, prestito d'onore, cooperative sociali e altro
5) Attività di tutoraggio di vari corsi di formazione.

Deve essere ricordata l'attività camerale in fatto di promozione della penetrazione sui mercati partecipando con una vasta rappresentanza (90 imprese delle quali 42 appartenenti al

settore delle subforniture) a mostre tenutesi in Italia e all'estero. E' stato pure organizzata una missione di operatori in Canada ed una alla Fiera di Verona.

In sede locale, l'ente camerale ha patrocinato e contribuito economicamente a numerose manifestazioni fieristiche e manifestazioni di studio. Si ricordano in breve:

1) la IV Rassegna dell'artigianato di Sora
2) il Convegno "Logistica e trasporto"
3) Fiera Expo '98 di Cassino
4) Mostra del ferro battuto di Veroli
5) Festa del tartufo di Campoli Appennino
6) Natale a Serrone 1998

E' stata attuata una campagna di incoraggiamento, anche con la concessione di contributi, per l'adeguamento di impianti enologici e oleari alle norme di cui al D. Lgs. n. 155/97 sulle norme HCCP.

In materia di finanza e credito l'ente camerale ha stipulato varie convenzioni con istituti di credito per il consolidamento delle esposizioni a breve delle piccole e medie imprese, per in finanziamento delle iniziative economiche di giovani imprenditori, per l'eccesso del credito a tasso agevolato per ampliamento delle attività, la ristrutturazione, per la certificazione di qualità e per spese per ricerche di mercato.

E' stato indetto un concorso sulle migliori idee imprenditoriali rivolto ai giovani. Attenzione è stata rivolta al progetto CAMPUS per la realizzazione di un corso di marketing e organizzazione aziendale all'interno dei diplomi universitari di ingegneria meccanica ed elettrica dell'Università di Cassino.

Attraverso la propria Azienda speciale SE.FR., costituita proprio nel 1998, la camera ha gestito e organizzato nel ciclo 1998 – 1999, n. 25 corsi di formazione professionale cui hanno partecipato circa 400 allievi.

5) - Camera di commercio di Rieti.

La camera di commercio più piccola per dimensioni del Registro imprese, della intera regione, con appena 13.337 imprese iscritte delle quali 11.812 attive. Di quest'ultime ben 9.777 sono ditte individuali.

L'ente camerale si è diffuso in interventi finanziari in favore delle imprese come ad esempio: gli adeguamenti alla legge n. 46 del 1990 (34 imprese), la partecipazione a mostre e fiere (71 imprese), la preparazione di materiale pubblicitario (28 imprese), i contributi per la rete Internet (28 imprese), l'adeguamento al D. Lgs. n. 626 del 1994 (54 imprese), il contributo per la costituzione di società cooperative (5 imprese), la certificazione di qualità (4 imprese) e, infine, gli studi di fattibilità relativi agli obiettivi 2 e 5b (4 imprese).

L'Ente camerale ha effettuato interventi per favorire la liquidità delle imprese mettendo a disposizione dei Confidi consistenti finanziamenti ed impinguamento dei fondi rischi dell'industria e del commercio.

Ulteriori finanziamenti sono stati destinati all'abbattimento del tasso di interesse a favore delle imprese che hanno effettuato operazioni tramite i Confidi e le cooperative di garanzia collettiva fidi.

Sul piano della promozione commerciale l'Ente ha promosso la partecipazione di imprese locali e manifestazioni nazionali: BIT Milano, Sol Verona e locali: Agrisabina, Rosciano Corvaro, Festival multivisione con aspetti destinati alla pubblicazione delle risorse locali.

Sono stati predisposte pubblicazioni come quelle sulla sicurezza nei luoghi di lavoro e quella relativa alle produzioni tipiche della provincia, e sono stati approntati progetti: 1) Progetto di sviluppo della provincia di durata triennale, e uno studio sulla realizzazione di un marchio provinciale da apporre sulle produzioni. E' stata realizzata una indagine epidemiologica nel settore degli allevamenti di ruminanti, si è aderito al progetto TE.MA. dell'Istituto Tagliacarne e si è data attuazione a direttive comunitarie in favore dei consumatori.

L'ente ha deciso di avviare una iniziativa in favore di giovani aspiranti imprenditori, consistente nell'assegnazione di 54 borse di studio – stage da svolgere presso aziende reatine dei comparti agricoltura industria ecc., per la durata di un anno. Gli stage si sono svolti nell'anno in corso.

Il Consorzio Parco Tecnologia Basso Lazio ha aperto presso l'ente camerale uno sportello per la diffusione dell'innovazione.

Regione Molise

La Regione Molise ha trasmesso la relazione di cui in argomento in due momenti. La relazione riguardante l'esercizio 1998 è stata trasmessa con nota 4.12.2000 prot. n. 7588 mentre la relazione riguardante l'esercizio 1999 è stata trasmessa con nota del 15.12.2000 prot. n. 7893.

Le relazioni sono redatte con riferimento analitico ad ambedue le camere della regione: Campobasso ed Isernia.

La Regione, come si vedrà meglio anche nel corso della trattazione della materia riguardante l'Unione regionale delle camere di commercio, ha riservato, in un'apposita legge regionale di decentramento e attribuzione di deleghe, un ruolo di rilievo alle camere di commercio riconoscendone il ruolo di autonomia funzionale e ammettendole a partecipare alla conferenza regionale sulle autonomie locali e ne stabilisce la possibilità di renderle destinatarie di deleghe e possibili partners in speciali convenzioni.

Si può ritenere che nel panorama nazionale dei rapporti fra Regioni e sistema camerale, questa del Molise sia una situazione di rapporti fra i più soddisfacenti anche nel mutuo interesse fra le parti.

1) Camera di commercio di Campobasso.

I dati che vengono esposti nella presente relazione riguardano l'esercizio 1999, tuttavia verranno richiamati spesso anche i dati della relazione 1998.

Alla data del 21.12.1999 la camera di Campobasso non aveva ancora costituito gli organi ai sensi della legge di riforma, anche e soprattutto a causa di un ricorso presentato al TAR dalla locale Associazione commercianti, ricorso accolto dal TAR che ha indotto la Giunta camerale a riformulare una nuova composizione del costituendo consiglio camerale.

La camera di Campobasso ritiene soddisfacente il rapporto instaurato con la Regione: i termini di detto rapporto sono sanciti nella legge regionale n. 34 del 29.9.1999.

La camera ha una sede distaccata a Termoli.

La camera di Campobasso dispone di una pianta organica di 59 unità di cui solo 46 unità in servizio (47 nel 1998).

Preoccupante è la situazione delle unità destinate alle attività promozionali e di studio e informazione (solo 3 complessivamente).

Il bilancio camerale (conto consuntivo 1999) esibisce entrate correnti per l. 6,797 mld., entrate extra tributarie per L. 2,510 mld. ed entrate per servizi a terzi per L. 3,105 mld. Le

entrate, complessivamente, ammontano a L. 12,084 mld. L'indice di riscossione è pari all'85,5%, superiore alla media nazionale.

La camera beneficia di contributi erogati dal fondo perequativo. Nel 1999 a fronte di un versamento di L. 227,373 mld. ha ottenuto contributi per L. 2,109 mld. di cui l. 1,539 mld. per sopperire alla rigidità di bilancio e L. 520,207 mld. per il sostegno a progetti. La differenza fra la somma versata al fondo L. 227,373 mld. e le somme ricevute dal fondo L. 2,109 mld. ammonta a L. 1,882 mld.

Le spese per interventi comunitari sono state pari a L. 2,739 mld. nel 1998 (23,69% delle spese totali) e pari a L. 2,548 mld. (22,73% delle spese totali). La quota è destinata a salire sul rapporto fra totale delle spese per interventi promozionali e le spese correnti, 33% (1999).

L'ente camerale partecipa a numerosi organismi facenti parte del sistema camerale (Unioncamere, Unione regionale del Molise, Ass.ni Interr.le, Assofor, Mediacamere), oppure aventi interessi regionali e locali. Tutti gli organismi hanno finalità promozionale.

L'Ente possiede partecipazioni in società di capitale per complessive L. 785 mld.

L'area promozionale della camera di Campobasso è risultato impegnato nel 1999 in un convegno in merito all'HACCP al quale hanno partecipato circa 140 operatori economici. Ha organizzato visite guidate all'EXPO di Milano, alla Fiera della Pesca di Milano, al SIAE di Bologna, all'EIMA di Bologna ecc. Ha organizzato un corso di formazione in merito alla sicurezza sui luoghi di lavoro, e collabora per la gestione della vetrina permanente dell'artigianato artistico molisano.

Ha attuato una campagna promozionale su vini DOC e IGT del Molise. Ha allestito una mostra di prodotti agroalimentri ed ha indetto un seminario sul D. lgv. n. 114/98 sulla riforma del commercio.

E' stato indetto un corso di formazione per operatori agro-turistici con visite guidate ad imprese del settore in Friuli e Toscana.

La camera ha provveduto tramite il servizio studio e statistica a realizzare numeri monografici di "Molise economico" dedicati all'olio di oliva, alla cooperazione. Sono state elaborate le relazioni economiche semestrali.

Nel corso del 1999 la camera ha proceduto alla istituzione della commissione di conciliazione.

Le due camere di Campobasso e di Isernia hanno, congiuntamente, presentato il progetto EUROLOGO che prevede seminari, campagne promo-pubblicitarie sull'EURO, adesione dei negozi al marchio Eurologo, convogliamento delle società di consulenza informatica per l'adeguamento del software negli esercizi aderenti al progetto.

L'ente camerale ha avanzato richieste al fondo perequativo, di finanziamento di 9 progetti per un costo riconosciuto di L. 633 mln., sul quale è stato riconosciuto un contributo totale di L. 411 mld.

I progetti vanno dalla firma digitale, allo sportello per la internazionalizzazione, agli osservatori regionali sul commercio articolato su base provinciale, al centro di informazione su brevetti nazionali e europei.

1.1) L'azienda speciale FAI (Formazione e Assistenza alle Imprese)

La maggior parte delle iniziative promozionali di competenza dell'ente vengono affidate alla azienda speciale FAI che opera sin dal 1988 nei settori della formazione manageriale, della informazione, dell'orientamento e della consulenza in favore delle p.m.i. Può contare su 4 unità.

Tralasciando di parlare dei numerosi e qualificati corsi tenuti negli anni precedenti, nel 1998 – 1999 sono stati tenuti corsi per il progetto Petra, progetto europeo per lo scambio e il collocamento dei giovani, per esperti in distribuzione e sistema camerale, per esperti in sistemi integrati di gestione.

1.1.1) Servizi alle imprese e progetti di sviluppo locale.

- Programma DIT. Consiste nella diffusione della innovazione tecnologica, in questo caso della filiera agricola. Si è provveduto a eseguire check-up presso aziende lattiero - casearie, la realizzazione di un consorzio per la promozione fra le stesse aziende, la realizzazione di una guida per il latte.
- Programma LETE: Sensibilizzazione al brokeraggio e all'utilizzo dei servizi del terziario avanzato nelle p.m.i. Sono stati finanziati 36 piani di fattibilità e 4 piani di consolidamento nonché 42 check – up aziendali. E' stato realizzato un consorzio di garanzia collettiva fidi, interregionali fra Abruzzo e Molise.
- EIC.IT 385. Presso l'Unione regionale delle camere di commercio è stato aperto un Eurosportello operativo attivato per conoscere i fondi strutturali dell'U.E. e Banca Dati CESTUD sui finanziamenti regionali, nazionali e comunitari.
- Punto NUOVE – IMPRESE. Si tratta di uno sportello attivo di informazione e orientamento sui finanziamenti a favore della nuova imprenditorialità, di orientamento e formazione per la nuova impresa.
- Marketing territoriale. Si tratta di un programma di investimenti in Molise che comprende la creazione di uno sportello "Investi in Molise".
- Patti territoriali. E' stata fornita assistenza tecnica alla realizzazione di un protocollo d'intesa e della progettazione del Patto territoriale del Matese. Il piano d'onore del Patto è stato finanziato con decisione comunitaria per circa 100 miliardi (29.12.1999). La camera partecipa pure alla società di gestione del Patto "Matese per l'occupazione".
- Progetto SEPRI. Gli obiettivi da raggiungere riguardano check – up aziendali. Piani di fattibilità aziendale finanziabili.
- Servizio olimpo. Programma di orientamento e informazione verso aspiranti imprenditori.
- Sportello per l'internazionalizzazione. Riguarda la realizzazione di uno sportello di informazione assistenza ed orientamento a favore delle p.m.i. che operano o che intendono operare sui mercati esteri.

I servizi sopra elencati sono forniti gratuitamente, pertanto, sul bilancio dell'azienda speciale non hanno proventi per servizi. Tuttavia, oltre al contributo camerale si registrano entrate da organismi pubblici (Regione, Provincia, ecc.) e dalla UE:

Il conto consuntivo 1999 registra entrate per L. 457 mln. di cui l. 230 dall'ente camerale, L. 69 da altri enti pubblici, L. 95 mln. dalla UE, per citare le poste più importanti.

Le spese ammontano a L. 461 mln. della quale l. 241 mln. quale costo del personale e L. 114 mln. quali spese per l'attività statutaria.

Per l'esercizio 2000 il bilancio preventivo prevede una notevole entrata per un forte aumento del contributo dell'UE:

2) Camera di commercio di Isernia.

La camera di Isernia dispone di una azienda speciale di cui si parlerà più avanti. Partecipa ad alcuni organismi associativi. Tralasciando quelli appartenenti al contesto camerale, si ritiene opportuno richiamare la partecipazione ad organismi locali quali: il consorzio Molise innovazione, il Consorzio Molisano per il latte, il Consorzio innovazione tecnologica, il Consorzio Libera Umanità di Isernia, Associazione "Città dell'olio", il Consorzio industriale Isernia – Venafro, la Società consortile Matese per occupazione, la Molise sviluppo Spa, ecc.

Risultano in servizio presso l'ente camerale n. 31 persone delle quali 3 destinate ai servizi promozionali sui quali si sofferma la presente relazione. La pianta organica prevede n. 38 unità.

Nel 1999 sono state organizzate le partecipazioni a due mostre, con l'intervento di 40 imprese.

L'attività di formazione di impresa viene curata sia dall'ente camerale come dalla azienda speciale. L'attività è consentita soprattutto nella fornitura di informazione, orientamento al lavoro e pre-formazione nonché da formazione manageriale e imprenditoriale. Anche in questo caso, nello svolgimento dell'attività si è fatto largo uno dei risultati del sistema Excelsior.

L'ente camerale è attivo anche nel settore del supporto all'innovazione con azioni di informazione da banche dati, assistenza e consulenza, formazione e sensibilizzazione imprenditoriale e manageriale (150 utenti) e infine iniziative nei campi della normazione, della certificazione, della sicurezza della responsabilità del produttore e della qualità (50 utenti). Per lo svolgimento di dette attività ci si è avvalsi del progetto DIT (Diffusione Innovazione Tecnologica) ed hanno riguardato i settori economici della industria e dell'artigianato.

La finanza e il credito sono campi di attività nei quali la camera si è mossa con prestiti di scopo e con la partecipazione al consorzio mediofidi Abruzzo e Molise attivo soprattutto nel settore artigianato e dell'industria.

Per quanto riguarda l'ambiente l'ente camerale ha assunto iniziative di informazione alle imprese (circa 400 interessate) nonché di assistenza e consulenza. Per svolgere detta attività gli strumenti utilizzati sono quelli dello sportello e delle pubblicazioni.

Nel settore del turismo la camera provvede direttamente alla promozione, con materiale stampato, depliant, posters, e con la delega all'Unione regionale delle camere di alcune funzioni e di alcune iniziative.

La camera ha provveduto anche alla promozione, tramite apposito sportello, delle leggi nazionali e regionali di incentivazione per le attività economiche che riguardano tutti i settori di attività economica. Hanno utilizzato detto servizio circa 100 utenti.

2.1) Servizio studi e statistica.

Al servizio sono addette 2 unità. Esso svolge attività di informazione e divulgazione al pubblico, attraverso lo sportello diretto, attraverso il servizio telefonico e la posta elettronica.

Le informazioni statistiche più richieste sono quelle che riguardano la demografia delle imprese, la congiuntura economica, l'attività edilizia, i prezzi al consumo per famiglie di operai e impiegati, i protesti cambiari, ecc.

2.2) Servizi di regolazione del mercato.

La camera di commercio dispone della commissione di conciliazione, istituita nel 1998. Non ha al momento risolto alcuna controversia.

2.3) Fondo di perequazione.

L'ente camerale ha presentato all'Unioncamere richiesta di contributo a valere sul fondo perequativo, per ben 9 progetti per un costo complessivo di L. 798 mln. sul quale è stato accordato un finanziamento di L. 518 mln.

I progetti riguardano: lo sportello ambiente (II anno); creazione di nuovi posti di lavoro; progetto di marketing territoriale e promozione del territorio; potenziamento del laboratorio con estensione al campo delle microtossine e fitofarmaci; il mercato telematico e orientamento al lavoro; osservatori regionali sul commercio; sportello per l'internazionalizzazione; progetto SEPKI; Servizio orientamento imprenditorialità; servizio Olimpo.

2.4) Gestione finanziaria.

I dati finanziari inviati sono riassunti in una tabella senza illustrazione e pertanto non è possibile esporre alcuna considerazione.

Tuttavia ricorrendo alla banca dati del Ministero scrivente è possibile notare che per il 1999 le entrate correnti (Tit. I) ammontano a L. 4,690 mld. di cui L. 1,786 mld. di diritto annuale e L. 0,412 mld. di diritto di segreteria e ciò che più interessa L. 2,309 mld. quali contributi (provenienti dal fondo di perequazione).

Le entrate correnti ammontano a L. 4,690 mld.. Le uscite correnti ammontano a L. 5,070 mld. delle quali L. 1,896 mld. destinate alle iniziative di promozione economica.

2.5) Azienda speciale SEI (Sviluppo Economia Isernia).

Si tratta di una struttura costituita nel 1987 e posta al servizio delle p.m.i. Dispone di n. 5 dipendenti in ruolo, escluso il direttore che è lo stesso segretario generale della camera.

L'azienda agisce in tre specifiche aree: informazione, promozione e assistenza alle imprese. Si occupa di progetti comunitari e di progetti speciali.

Nell'area della formazione e nel periodo di riferimento, sono stati realizzati corsi di formazione per la gestione d'impresa dedicati a imprenditori e figure professionali già esistenti e a nuove figure specializzate di particolare interesse.

I corsi di cui sopra sono dedicati alle figure di seguito indicate:

- agenti e rappresentanti (12 allievi e 12 giorni di corso)
- agenti di affari in mediazione (14 allievi e 25 giorni di corso)
- somministrazione di alimenti e bevande (13 allievi per 17 giorni)
- operatore addetto all'accoglienza turistica (19 allievi per 2 giorni)
- corso HACCP, per l'organizzazione di questo corso l'ente camerale si è avvalso del laboratorio chimico intercamerale (Isernia, Campobasso, Benevento) (45 allievi per 1 giornata)
- formazione a distanza e diffusione delle regole di mercato (20 allievi per 1 giorno)
- credito all'esportazione; corso organizzato in coopromozione con EIC-CER, di interesse intersettoriale (6 allievi, durata 1 giorno)
- modalità di conservazione del tartufo, corso organizzato in cooperazione con DIT, dedicato a tecnici ed operatori (15 allievi, giorni 1):

Nel campo dei servizi informativi e di orientamento al lavoro l'azienda speciale per prima cosa si è incaricata di realizzare alcuni progetti ammessi a contributo del fondo

perequativo e di cui si è parlato avanti. Detti progetti si riferiscono anche ad esercizi precedenti.

L'azienda, come da scopi statutari, realizza i seguenti progetti o servizi:

- Servizio Olimpo. Si tratta di un programma integrato per la fornitura di informazioni e servizi specifici nel territorio finalizzati al sostegno delle imprese. Tra l'altro l'azienda SEI è uno dei due punti operativi dell'EICIT 385 della Unione Regionale delle camere di commercio.
- Progetto SEPRI. Cofinanziato dal Fondo di Sviluppo Regionale (FESR), realizzato da Unioncamere e con il coordinamento di Assefor – camere. Il progetto è nato dalla considerazione che le imprese del mezzogiorno hanno difficoltà ad acquisire i servizi necessari al loro sviluppo. Il progetto prevede: la realizzazione di check-up aziendali; supporto alla ricerca della consulenza, finanziamento dei piani di consolidamento e di sviluppo; assistenza al credito a medio termine. Il contributo a favore dell'impresa ammonta al 65% del costo per ciascun piano di sviluppo. Gli altri servizi sono gratuiti o prevedono contributi superiori all'80% dei costi.
- Progetti speciali quali:
  - accordo di programma "centro storico di Isernia, dalla tradizione all'innovazione" teso al recupero delle tradizioni del centro storico della città. L'accordo è stato sottoscritto da Camera di commercio, Provincia e Comune.
  - 75 giorni di buona cucina molisana. La prima edizione si è svolta nell'estate 1999 ed ha reso fruibile ad un vasto pubblico anche di turisti la tradizionale ospitalità del territorio, con il miglioramento del livello di qualità dei servizi.
- Progetti comunitari.
  - Progetto LOREDEMO (Local Resource Development Model), noto nell'ambito del progetto Recite II, gode dell'intervento economico del FESR. Si tratta di uno strumento in grado di sviluppare interventi, curati dalla azienda speciale soprattutto nel settore turistico.
- Attività per il supporto dell'innovazione. Consiste di un centro di documentazione che copre vari settori dell'attività economica (agricoltura, industria, artigianato, commercio e servizi).

2.5.1) Gli aspetti finanziari dell'azienda speciale.

Nel 1999, dal preventivo finanziario dell'azienda si apprende che le entrate sono previste nella somma di L. 2,409 mld. (nel 1998 L. 1,872 mld.). Su tale somma il contributo camerale ammonta a L. 373 mln. (274 mln. nel 1998). Le spese, che pareggiano con le entrate, sono destinate per L. 2,093 mld. alle iniziative promozionali.

C'è da osservare che fra le entrate la voce più rappresentativa è costituita dal finanziamento comunitario del progetto SEPRI.

3) Unione regionale delle camere di commercio del Molise.

Nel 1998 l'unione regionale delle camere di commercio ha costituito i propri organi secondo il nuovo schema di statuto. Gli organi sono al momento: il presidente, il consiglio di amministrazione, il direttore, il comitato dei segretari generali e il collegio dei revisori dei conti.

Nel settembre 1999 è stato pure approvato il nuovo statuto dell'Unione.

L'Unioncamere dispone di 9 collaboratori camerali distaccati, a tempo parziale, dalle due camere di commercio del Molise e di un dipendente a tempo determinato.

Fra i nove collaboratori si ritrovano 3 dirigenti e 3 addetti alla attività promozionale.

3.1) Sintesi dell'attività svolta da Unioncamere nel biennio 1998 – 1999.

In ambedue gli esercizi l'Unioncamere è risultata impegnata nel coordinamento delle attività camerali e delle aziende speciali compreso il laboratorio chimico.

L'attenzione principale è rivolta alla funzionalità dell'Eurosportello.

Il ruolo più qualificante svolto dalla Unione riguarda quello della conduzione dei rapporti con la Regione e quello dello sviluppo diretto di alcune iniziative promozionali di respiro regionale.

La Regione con propria legge 34 del 29 settembre 1999, ha recepito alcune indicazioni della Unione e si è pertanto arrivati a riconoscere alle camere di commercio un ruolo di autonomia funzionale e come tali destinatarie di deleghe.

Si può osservare che la Regione Molise ha riservato un ruolo soddisfacente alle camere di commercio, più soddisfacente di quanto non sia avvenuto in altre regioni.

Questo rapporto ha iniziato a dare i suoi frutti e l'Unioncamere ha già nominato propri rappresentanti in due qualificati organismi: il Comitato regionale per lo sviluppo dell'occupazione e il Gruppo di valutazione dei programmi promozionali per il turismo.

L'Unioncamere tiene pure rapporti con le comunità montane, Province e Comuni. Con i Comuni l'Unioncamere è incaricata di portare a termine i rapporti per la costituzione dello sportello unico.

Nei rapporti che l'Unioncamere tiene con le organizzazioni di categoria a livello regionale sono stati affrontati importanti argomenti quali il decentramento amministrativo, la programmazione delle attività promozionali.

Nel campo delle ricerche, degli studi, l'Unione ha realizzato e divulgato una serie di relazioni economiche e di studi aggiornati sulla situazione della regione e sulle prospettive occupazionali.

Ha realizzato, con l'aiuto economico del fondo di perequazione, uno studio sul legame tra turismo e trasporti nel mezzogiorno (progetto FLYSUD).

E' stata realizzata una guida turistica con itinerari nel quadro della iniziativa affidata a ISNART, relativa alle "Centro eccellenza del Mezzogiorno".

Utilizzando le informazioni dell'Eurosportello EIC IT 385, viene pubblicata una newsletter riguardante informazioni sulla norme nazionali e comunitarie, gare, appalti, il tutto di interesse delle p.m.i.

Intensa appare l'attività di promozione in favore delle produzioni locali con partecipazioni a mostre (in collaborazione con l'ente sviluppo agricolo) come quelle del settore alimentare: MIA (Rimini), VINITALY/SOL (Verona), CIBUS Mezzogiorno (Bari), Salone dei sapori (Milano) e del settore artigianato, Fierarredo (Bologna).

Nel campo della formazione l'Unioncamere ha aderito al corso EUROPASS II per la formazione dei propri funzionari.

Come già accennato l'Unioncamere Molise è titolare del progetto EIC IT 385 che consiste nell'attuazione di uno sportello in favore delle p.m.i. onde favorire il più facile accesso alle provvidenze.

Nell'ambito dell'attività di Eurosportello sono stati organizzati corsi e seminari. La gestione dell'Eurosportello in sede provinciale è stata affidata alle due aziende speciali delle due camere di commercio.

Molto intensa appare la produzione e la realizzazione di progetti ammessi al beneficio del fondo perequativo.

Unioncamere è titolare diretta dei seguenti progetti:

a) Sportello unico
b) Commercio elettronico
c) Potenziamento rete EIC IT 385
d) Ufficio stampa
e) Sportello di informazione economico – statistica.
Tutti i progetti sono stati approvati con il relativo impegno finanziario.

3.2) Bilancio consuntivo di competenza 1999 dell'Unione delle camere di commercio.

Il totale delle entrate realizzate nel 1999 dall'Unione è pari a L. 1,413 mld. contro un totale delle spese di L. 1,524 mld. Il contributo delle camere di commercio è pari a L. 0,470 mld., mentre un introito di L. 0,899 mld proviene da altre fonti come l'UE e il fondo perequativo.

Interessante notare il rilevante importo della somma destinata agli interventi di natura promozionale L. 1,066 mld.

Regione Campania.

La Regione Campania ha rimesso la relazione in oggetto, quale allegato alla nota n. 3031 del 6.4.2001. La relazione si riferisce esclusivamente all'esercizio 1998. Solo per la camera di commercio di Benevento si dispone di un aggiornamento al 1999.

La Regione conta cinque camere di commercio: Avellino, Benevento, Caserta, Napoli e Salerno con quattro sedi distaccate: Sala Consilina e Vallo della Lucania (Salerno), Viale Canitto (Avellino); Piazza Marconi (Caserta).

Il sistema camerale campano conta sull'attività di cinque aziende speciali di cui 3 della camera di Napoli (Eurosportello, CESVIT, Laboratorio Chimico – merceologico), e 1 della camera di Caserta (HSIPS – Azienda speciale per la promozione dell'innovazione e dei servizi), n. 1 della camera di Benevento (Valisannio – Azienda speciale per la valorizzazione dell'impresa sannita).

Nel complesso le cinque camere di commercio partecipano a 42 organismi societari (escluse le strutture del sistema e i Consorzi garanzia fidi).

I dipendenti delle cinque camere, in servizio il 31.12.1998, ammontano a 422 unità, a fronte delle 608 previste nelle piante organiche. Detti dipendenti sono distribuiti come segue: Avellino, n. 54, Benevento n. 33, Caserta n. 51 (compresi 3 dirigenti) Napoli n. 191 (compreso 1 dirigente) Salerno n. 93 (compresi 2 dirigenti).

Il personale in servizio è sottodimensionato rispetto alle previsioni delle piante organiche del 30% circa.

Le camere della Campania hanno provveduto ad adeguare la propria organizzazione interna, in materia di suddivisione delle competenze e della responsabilità di indirizzo e di gestione tra gli organi di governo e la dirigenza, al dispositivo del D. Lgs. n. 80 del 1996 che reca variazioni al D. Lgs. n. 29 del 1993.

Alla data del 31.12.1998, risultavano operanti tre nuclei di valutazione (Salerno, Avellino, Caserta) i quali si sono pure attribuiti una norma di funzionamento.

1) Strutture di regolazione del mercato.

La sola struttura mercantile della regione è rappresentata dalla Borsa merci di Napoli ove si trattano in modo particolare cereali, farine, mangimi, oli alimentari.

Le camere di Napoli e di Salerno prevedono due laboratori chimici gestiti rispettivamente come azienda speciale e come ufficio camerale.

Per quanto riguarda il laboratorio di Napoli la sua attività è rivolta per il 50% verso le imprese private, per il 24% verso enti pubblici. Le analisi più frequenti riguardano il comparto agro – alimentare, l'industria e l'ambiente. Il bilancio dell'azienda speciale di Napoli, mostra costi complessivi per L. 344 milioni di cui L. 190 milioni per il personale (4 unità) e L. 103 mln per spese di funzionamento.

I proventi delle analisi ammontano a L. 148 mln.

Il laboratorio chimico della camera di Salerno appare di modeste dimensioni (1 laureato in chimica): esso opera soprattutto nel settore agro – alimentare e in quello industriale. Gli utenti sono rappresentati prevalentemente da imprese agricole (50%) e da imprese industriali (40%).

1.1 – Le camere arbitrali.

Già nel 1974 la camera di Napoli si era dotata di una camera arbitrale. Si deve però riconoscere che detto servizio non ha svolto una significativa attività. Nel 1998, ad esempio nessuna caso di arbitrato è stato esaminato.

Anche le camere di Salerno e di Caserta dispongono di analoghe strutture ove parimenti l'attività è risultata molto limitata.

Per ciò che riguarda le clausole inique iniziative specifiche sono state assunte solo dalla camera di Benevento.

1.2 – Statistica, studi e ricerche.

Nel complesso delle camere della Campania sono stati istituiti numerosi osservatori comuni, in gran parte, anche alle camere del Paese.

Nel periodo di riferimento gli osservatori più importanti, almeno per l'interesse suscitato hanno riguardato i seguenti campi di attività:

1) Domanda di lavoro e formazione nella regione: progetto Excelsior
2) Rilevazione prezzi
3) Congiuntura economica in Campania con periodicità trimestrale.

Gli uffici statistica hanno svolto attività di informazione e divulgazione al pubblico, con particolare riferimento alle rilevazioni periodiche previste dal SISTAN al quale le camere di commercio sono chiamate a collaborare:

- Prezzi al consumo e all'ingrosso
- Occupazione
- Consistenza del bestiame
- Opere pubbliche (trimestrale)
- Attività edilizia (mensile)
- Prodotti ortofrutticoli introdotti nei mercati
- Prezzi alla produzione dei prodotti agricoli
- Consumi delle famiglie, ecc.

Nel 1998, le camere di commercio hanno collaborato alla realizzazione del censimento intermedio. L'intero sistema statistico, studi e ricerche impegna nella regione 24 addetti, complessivamente.

1.3 – Le partecipazioni.

Come è già stato detto la partecipazione del sistema camerale campano, ad organismi associativi, è ampia e articolata. Si citano i comparti più rappresentativi e il numero degli organismi a cui si partecipa:

- Mercati agroalimentari e centri commerciali
- Organismi di ricerca: 2
- Ambiente: 1
- Diffusione della innovazione tecnologica: 2
- Consorzi industriali (BIC, ASI): 6
- Tutela e valorizzazione prodotti locali: 7
- Infrastrutture per la portualità turistica e commerciale: 2
- Infrastrutture aeroportuali: 2
- Centri intermodali: 1
- Formazione: 5
- Finanza e credito: 4
- Turismo: 2
- Promozione e commercializzazione all'estero: 1
- Patti territoriali e GAL: 4

Il valore complessivo delle partecipazioni è pari (1998) a L. 6,597 mld. La prevalenza delle partecipazioni possedute dal sistema camerale riguarda i Consorzi industriali, la formazione, le infrastrutture per la portualità, ecc.

Nello stesso esercizio a detti organismi sono state versate quote associative per 200 mln, circa.

1.4 – L'attività di promozione.

1.4.1) Finanza e credito.

Le camere della Campania partecipano a numerosi consorzi e cooperative di garanzia collettiva fidi ed erogano contributi rilevanti a favore di dette strutture.

Fra le camere della regione, si nota una diversità di comportamento nei riguardi di detti organismi.

Camera di Salerno: ha erogato contributi ai fondi – rischio per L. 400 mln e contributi in conto interessi per L. 200 mln.

Camera di Avellino: ha erogato contributi rispettivamente ai fondi – rischio per L. 300 mln e abbattimento interessi per L. 200 mln.

Camera di Caserta: non sono stati trasmessi dati.

Camera di Napoli: ha erogato contributi per L. 300 mln. al fondo antiusura e L. 150 mln. per l'abbattimento dei tassi di interessi; inoltre sono stati destinati L. 120 mln. quali contributi alle imprese. Sono stati erogati L. 1.200 mln. di contributi al fondo rischi e L. 1.850 mln. quali contributi in conto interessi per crediti garantiti dai consorzi.

Camera di Benevento: ha erogato contributi diretti alle imprese per L. 190 mln. e L. 20 mln. al fondo antiusura.

1.4.2 – Promozione di leggi per il finanziamento delle p.m.i.

Il sistema camerale è risultato molto attivo nella formazione (convegni, seminari, incontri). Circa 500 imprese hanno preso contatti con detto sistema per approfondire il rapporto con leggi regionali 8n. 28/87, 28/93, 28/94, 34/82, ecc.) nazionali (n. 219/92, 95/95,

235793, 488/92, 480/92, ecc.) e con provvedimenti comunitari relativi a FESR (misura 21), PIC, PETEX, PDP, programma Leonardo da Vinci, Socrates, LIFE, ecc.

In particolare la camera di Salerno ha partecipato in qualità di soggetto attuatore ai programmi JDP ed ECIP del valore di L. 670 milioni (di cui L. 490 mln quale contributo camerale). La camera di Benevento ha partecipato ai progetti di formazione professionale FSE del valore di L. 547 mln.

1.4.3 – Turismo.

Un settore al quale viene dedicata molta attenzione è quello del turismo soprattutto dalle camere di Napoli e di Salerno che hanno organizzato work – shop, corsi per operatori turistici, per esperti in itinerari turistici. E' stata realizzata una pregevole pubblicazione di tipo promozionale "Napoli congressuale".

1.4.4. – Scambi con l'estero.

L'attività svolta a favore di questo settore riguarda la partecipazione a mostre e fiere, attività formative e attività di certificazione.

La partecipazione a mostre e fiere viene curata in modo più specialistico dal centro commercio estero per la Campania. Nel 1988, detto Centro ha svolto un intenso programma di cui gli episodi più significativi sono i seguenti:

- Mondiali vini (Bruxelles 5 – 8 aprile 1998)
- BYT ITALIA (San Pietroburgo 26 – 29 maggio 1998)
- Mostra autonoma "Moda Italia" (Taipei, Tokio, Osaka 2 – 11 luglio 1998)
- Fiera Int.le "Tendence" (Francoforte 29/8 – 2/9/1998)
- Asia Pacific Leather Fair (Hong Kong 5-7/10/1998).

Il centro ha, inoltre, svolto attività di informazione e assistenza.

Nell'esercizio di riferimento il centro, che si avvale della collaborazione di 5 dipendenti, compreso il direttore, ha registrato entrate per L. 2,5 mld. di cui L. 1,8 mld. costituiti dai contributi associativi. Le uscite sono state pari a l. 2,0 mld.

Le camere della Campania svolgono in proprio iniziative promozionali, ad esempio la camera di Napoli ha organizzato 2 fiere all'estero con un onere di L. 700 mln e la partecipazione di n. 60 aziende, oltre a missioni commerciali con un onere di 160 milioni.

La camera di Salerno ha organizzato 14 fiere con 27 partecipanti ed una spesa di l. 743 mln oltre a missioni commerciali che hanno comportato spese per L. 200 mln.

La camera di Caserta ha partecipato a 6 fiere con 31 imprese partecipanti e una spesa di L. 455 mln.

Per ciò che riguarda l'attività formativa la camera di Napoli ha organizzato due corsi in collaborazione con strutture specializzate con n. 40 partecipanti complessivi, della durata di 330 ore e con una spesa di 140 milioni.

La camera di Salerno ha organizzato un corso "Infoglobus" in collaborazione con Euro – Info – Centre, con 120 partecipanti, una durata di n. 120 ore e una spesa di 50 milioni.

1.4.5. – Commercializzazione.

Per quanto riguarda la commercializzazione all'interno, l'attività è stata notevole.

La camera di Napoli ha organizzato mostre e fiere con IRVAT e ASSEFOR coinvolgendo n. 280 aziende partecipanti ed ha partecipato ad analoghe iniziative in provincia con il coinvolgimento di 280 imprese.

Anche la camera di Salerno ha organizzato direttamente o partecipato a numerose mostre e fiere che hanno coinvolto oltre 250 imprese. La camera di Avellino ha promosso mostre e fiere che hanno coinvolto n. 55 aziende.

1.4.6. – Innovazione tecnologica.

Anche nella Regione Campania si realizzano iniziative di trasferimento tecnologico per innovazioni. Le camere di commercio rivestono in questo settore una rilevante importanza per le iniziative che adottano.

La camera di Salerno ha destinato a questa specifica funzione la somma di L. 250 milioni coinvolgendo complessivamente 3.500 utenti. Le iniziative assunte vanno sotto il nome di Innovation, Programma DIT, ecc.

La camera di Napoli ha rafforzato nel corso del 1998 la propria attività nel settore tramite l'Azienda speciale CESVITEC la quale, tramite i propri sportelli ha realizzato 3.000 controlli con gli attori del sistema innovativo locale.

CESVITEC dispone di una consistente banca dati sulle p.m.i. con notizie su ben 500 imprese.

Fruttuosi sono risultati anche i rapporti con i Punto impresa dell'Università che hanno promosso interessanti progetti con il mondo comunitario.

1.4.7. – Formazione dell'impresa.

Le camere di commercio della Campania, sia direttamente, sia attraverso le proprie aziende speciali, hanno assunto numerose iniziative nel settore della formazione alla cui realizzazione hanno partecipato altre migliaia di soggetti, interessati al miglioramento professionale.

La camera di Salerno ha sviluppato iniziative in merito alla creazione d'impresa.

1.4.8 – Ambiente.

L'interessamento delle camere avviene tramite strade diverse. Ad esempio la camera di Napoli svolge la sua attività tramite l'azienda speciale CESVITEC che, nel 1998 ha assistito 3.100 imprese nella dichiarazione MUD o sulla normativa ambientale. Nel corso dell'anno ha preso avvio la rete regionale degli sportelli ambiente.

1.4.9 - Finanza camerale.

Complessivamente le entrate per diritto annuale sono state pari a L. 90,4 mld. dei quali L. 49,4 mld. per la camera di Napoli e L. 17,5 per la camera di Salerno. Le entrate per diritti di segreteria sono state pari a L. 22,3 mld. di cui L. 11,5 per la camera di Napoli e L. 4,7 per quella di Salerno. Le spese per iniziative promozionali comprensive delle quote associative in organismi del sistema camerale sono state pari a L. 52,5 mld. circa, di cui L. 26,2 mld. per Napoli e L. 13,3 mld. per Salerno.

1.4.10 – Eurosportello.

Pur trattandosi di una azienda speciale dal punto di vista gestionale Eurosportello opera nell'ambito delle direttive della D.G. n. XXIII della Commissione europea, per la rete europea degli Eurosportelli, con le seguenti priorità:

- crescita dell'impatto e della visibilità dell'Eurosportello presso le p.m.i.
- accesso semplice ed efficace all'Europa per le p.m.i.
- promozione della cultura della qualità dei servizi
- informazione efficace, completa e tempestiva per le p.m.i.

La commissione U.E. ha valutato positivamente l'attività dell'Azienda speciale.

Nel corso del 1998 nella sola sede di Napoli sono stati aperti circa 4.000 dossier per finanziamenti camerali, di politica ambientale, di appalti pubblici.

Oltre all'attività informativa sono stati realizzati e promossi dall'azienda speciale, progetti specifici, quali:

- contributo alla costituzione e al funzionamento del comitato EURO
- costituzione di un servizio per promuovere la partecipazione di imprese locali agli appalti pubblici
- organizzazione di tre missioni per favorire la partecipazione di imprese locali alle manifestazioni comunitarie di europartenariato e di Interprise
- organizzazione della 4ª edizione di Informeeting per la promozione del comparto turistico
- organizzazione di convegni, seminari, workshop per l'approfondimento di iniziative comunitarie.

L'attività nel settore della formazione si è tradotta nelle seguenti iniziative:

- un modulo formativo sui principali programmi comunitari per 31 funzionari camerali concluso con una riunione di studio a Bruxelles;
- 6ª edizione del corso per esperti commercio estero
- 4ª edizione del corso Ecoaudit su temi ambientali

2 – Unione regionale delle camere di commercio.

L'Unione regionale ha sede presso la camera di Napoli.

Nel 1998 non era ancora stato adottato il nuovo statuto delle Unioni e risultava in vigore quello del 1975.

L'Unione conta su un organico di 10 unità di cui n. 3 dirigenti, laureati, n. 2 addetti alla segreteria generale, n. 2 addetti alla contabilità d'amministrazione, n. 1 addetto all'ufficio studi e n. 2 addetti alle attività promozionali.

Nel 1998 l'Unione ha stabilito i suoi ambiti di attività prevalente nei seguenti settori:

- Promozione
- Ricerca socio – economica
- Coordinamento delle attività delle camere di commercio.

Rappresentanti dell'Unione hanno partecipato a numerose commissioni, o gruppi di lavoro istituiti presso la Regione Campania: formazione professionale, immigrazione ed emigrazione, commercio, commercio ambulante, sviluppo e promozione della cooperazione, gestione albi e imprese boschive, impianti distribuzione carburanti, problemi della uniformazione europea.

Nel 1998, l'Unione ha realizzato importanti progetti dei quali vengono fornite sintetiche informazioni:

2.1) Ambiente e controllo della qualità dei prodotti.

E' stato avviato il progetto di rete regionale degli sportelli ambiente della Campania. l'Unione ha partecipato ai lavori di ISMECERT.

2.2) Promozione.

L'Unione ha partecipato al progetto di valorizzazione dei vini DOC campioni (Progetto il Colore dei Principi). Essa inoltre ha coordinato la partecipazione al premio "Ercole Olivario".

2.3) Promozione della formazione.

E' stata realizzata la ricerca su "La domanda di lavoro e i fabbisogni professionali" nell'ambito del Progetto nazionale Excelsior.

2.4) Promozione e assistenza tecnica.

L'Unione ha partecipato ai lavori della "SOVAGRI S.c.p.a.", organismo intermediario costituito con la partecipazione dell'Ente di sviluppo agricolo della Campania e istituti di credito per la gestione di una sovvenzione globale nel settore zootecnico.

E' stata fornita collaborazione alla azienda speciale Eurosportello per la diffusione della normativa U.E.

2.5) Studi e ricerche:

L'Unione cura la pubblicazione di periodici (come il trimestrale: La congiuntura economica in Campania) e di ricerche che assumono particolare importanza o per il valore regionale o perché costituiscono approfondimenti specializzati di particolari argomenti (la tutela del consumatore, le linee evolutive della economia campana, lo sviluppo dell'artigianato a Salerno, ecc.)

2.6) La finanza dell'Unione delle camere di commercio della Campania.

Nel 1998, l'Unione ha registrato entrate per L. 2,080 mld. di cui L. 1,895 mld. costituite da contributi delle camere associate.

Le spese sostenute per interventi a favore dello sviluppo economico regionale sono aumentate a L. 70 mld. circa.

2.7) Il Centro commercio estero della Campania nel 1999.

La Regione Campania ha provveduto a rimettere allo scrivente Ministero, un aggiornamento al 1999, della attività del centro per il commercio con l'estero.

Il centro ha svolto attività nei seguenti settori:

- Promozione
- formazione
- Informazione
- Assistenza

sulla linea operativa tracciata nel 1998.

2.7.1) Promozione.

Il centro, nell'ambito delle iniziative programmate dall'ICE, ma in parte anche autonomamente, ha partecipato a mostre e fiere sotto richiamate:

- Mostra autonoma "Moda Italia" Taipei – Tokio – Osaka 14/23 gennaio 1999. Sono state esibite le collezioni, di livello fine-lusso, della moda femminile, autunno – inverno 2000. alla iniziativa, coordinata dall'ICE anche con imprese di altre regioni. Le imprese della Campania erano in numero di 6. L'itinerario scelto tocca paesi con forte crescita della domanda interna, tra cui l'alto potenziale offerto dalle correnti turistiche che rendono il mercato cinese di Taiuan oltremodo interessante per i produttori di abbigliamento.

- Mostra autonoma "Moda Italia", Taipei – Tokio – Osaka 22/31 luglio 1999. Si tratta della seconda edizione della iniziativa sopra indicata. Le imprese partecipanti sono passate a 7, e i risultati sono stati giudicati soddisfacenti ed è stato chiesto di inserire la suddetta iniziativa nel programma 2000.
- International Gift Fair: New York 31/1 4/2 – 1999. Ancora, nell'ambito del programma ICE, è stata attuata la partecipazione alla N.Y. It. Gift Fair che si è svolta nel Jacobs Javits Convention Center. La collettiva italiana è stata collocata nelle più prestigiose sezioni della mostra. Le aziende partecipanti, tutte del settore artigiano, sono state 6.
- International Gift Fair: New York 15-19/8/1999. Seconda edizione della stessa manifestazione sopra indicata. Vi hanno partecipato 7 aziende artigianali operanti nei settori oggettistica da regalo, oggettistica da tavola, legno, oggettistica in ceramica e vetro.
- International Food and Drink Exibition: Londra 7/11 febbraio 1999. Il Centro commercio estero, nell'ambito della partecipazione italiana, ha approntato 39 stands che hanno ospitato aziende presentatrici di alimenti e bevande, paste alimentari, conserve vegetali, derivati del latte, frutta secca, semilavorati per pasticceria e gelateria, dolciumi, liquori, caffè, vini, oli. L'interesse ottenuto dalla partecipazione italiana è stato notevole. La partecipazione è stata giudicata positivamente tanto che è stata chiesta la replica per il 2000 e 2001.

Altre importanti partecipazioni promosse dal Centro estero vengono già indicate con la notazione che si è trattato di partecipazioni che hanno sempre riscosso la generale soddisfazione.

- Mostra autonoma calzature: Tokyo 14-16 aprile 1999
- Asia Pacific Leather Fair: Hong Kong 27-29 aprile 1999
- VINEXPO: Bordeaux 14 – 18 giugno 1999
- ANUGA: Colonia 9 – 14 ottobre 1999
- Missione di operatori esteri del settore orologeria presso il TAR di Napoli.

Per quanto riguarda la formazione, il Centro ha organizzato, in collaborazione con Eurosportello di Napoli, il seminario mensile "Un giovedì per l'Europa" laboratorio di formazione sul tema "Unione Europea e Mezzogiorno".

Per ciò che riguarda l'attività di informazione e assistenza, il centro ha fornito alle ditte che ne hanno fatto richiesta, informazioni sui mercati esteri e consulenza sui vari problemi dell'export.

Anche in occasione della partecipazione alle esposizioni sopra richiamate, alle ditte è stata fornita una puntuale assistenza.

Un lavoro qualificato svolto dal centro è rappresentato dalla ricerca delle imprese in grado di assicurare una qualificata presenza sui mercati internazionali.

Regione Basilicata.

1) Sintesi dell'attività delle camere di commercio.

La Regione Basilicata ha rimesso la propria relazione con nota n. 5378 del 20.4.2000.

L'Amministrazione regionale, nella lettera di accompagnamento, rende note le proprie intenzioni verso il sistema camerale assicurando circa l'avvio di un processo di decentramento delle funzioni, rispettoso del ruolo delle autonomie funzionali. Intanto fra Regione e Camere di commercio è stato sottoscritto un protocollo d'intesa che permette di concretizzare in fase attuativa un rapporto di collaborazione già esistente. Con propria L.R. n. 7/99, la Regione aveva disciplinato l'assetto delle funzioni e dei compiti ai diversi livelli di

governo relativamente ai settori dello sviluppo economico e delle attività produttive e in tale disegno aveva collocato anche le camere di commercio.

La Regione ritiene soddisfacente l'attività svolta dagli Enti camerali in materia di semplificazione amministrativa e di servizi promozionali.

Per quest'ultimo campo di attività la Regione ritiene di dover segnalare le azioni di supporto per lo sviluppo di nuove imprese attraverso l'attività di sportelli informativi, l'assistenza in materia ambientale.

La relazione è stata realizzata in aderenza alle istruzioni impartite con la circolare ministeriale n. 3474/C/99 di questo Ministero.

L'opera di sintesi è facilitata dal fatto che si tratta di sole due camere di commercio: Potenza e Matera.

Nella presente esposizione, verrà dato spazio alle sole attività promozionali come prescrive il D. Lgs. n. 112 del 1998.

E' necessario esporre sinteticamente qualche dato preliminare.

	Potenza	Matera
Consistenza Registro imprese	35.495	18.572
Incremento nel 1998	2.539	1.520
Bilanci depositati	1.912	1.490
Iscrizioni al REC (1998)	28.122	14.750
Albo artigiani	8.104	4.116
Certificati Registro imprese	24.025	8.440

Il personale delle due camere di commercio appare in equilibrio con le consistenze del Registro imprese.

Qualche informazione tratta dai rendiconti di natura finanziaria si rende necessaria per comprendere il riflesso sulla attività promozionale:

	Potenza	Matera
Entrate correnti	8.429.000.000	4.572.000.000
Spese per iniziative pass. economiche	2.173.000.000	1.664.000.000

Dalla lettura dei rendiconti emerge una consistente evasione all'obbligo del versamento del diritto annuale poiché per la Camera di commercio di Potenza nel 1997 vengono emessi ruoli esattoriali per L. 1.844.000.000 e per la Camera di commercio di Matera i ruoli esattoriali ammontano a L. 856.000.000. Si tratta di evasioni superiori alla media nazionale.

Considerate le limitate disponibilità finanziarie le due camere hanno cercato di sviluppare attività di supporto per lo sviluppo delle nuove imprese, come sportelli informatici sulle agevolazioni offerte da varie leggi in particolare la n. 95/95 sulla imprenditoria giovanile.

La Camera di Potenza ha svolto l'attività di promozione della commercializzazione dei prodotti tipici per conto dell'Unione regionale.

L'attività di formazione di impresa e di supporto all'innovazione è stata svolta da due aziende speciali rispettivamente: FOR.IM. per Potenza e CESP per Matera.

In materia di finanza e di credito la camera di Potenza ha stanziato nell'anno 1998, fondi per iniziative sui temi della finanza, del credito e per arginare il fenomeno dell'usura.

In tema di ambiente le due Camere di commercio hanno gestito la distribuzione della modulistica, hanno fornito informazioni sulla loro compilazione, hanno curato la raccolta e il loro invio ad Infocamere.

In argomento di finanza e credito è stata promossa la conoscenza delle leggi nazionali, comunitarie e regionali per il funzionamento delle piccole e medie imprese.

Le due camere hanno curato la diffusione delle disposizioni per la concessione del credito d'imposta, alle imprese commerciali, previsto dall'art. 11 dell'allegato alla finanziaria 1998.

Anche il settore del turismo è stato oggetto di iniziative camerali che per Matera, sono stati curati dall'azienda speciale MOSA.

Ambedue gli enti camerali hanno incentivato e stimolato la partecipazione delle imprese alle manifestazioni fieristiche per la realizzazione di spazi commerciali nei mercati. Per questo tipo di incentivazione economica le imprese hanno beneficiato di interventi economici.

Questo genere di interventi è stato curato anche dal Centro estero dell'Unione delle camere di commercio.

A Matera si è proseguito nel secondo anno di applicazione del progetto "Europass" contenente la costituzione di tavoli di lavoro per l'applicazione del banchemarking.

E' stato presentato un rapporto finale relativo ad una ricerca sui comportamenti delle aziende di credito operanti nella provincia di Matera. La ricerca era curata dal prof. Catteri dell'Università di Siena.

I due enti camerali hanno realizzato una consistente attività di studio e statistica partecipando alle indagini statistiche sul territorio provinciale in quanto parte del SISTAN, collaborando alla indagine Excelsior che gode dell'intervento economico della U.E. e del Ministero del lavoro.

Vi è, inoltre, una costante assidua risposta alle richieste di informazioni provenienti dalle imprese e da privati. Tali informazioni sono relative a fenomeni statistici rilevanti e per l'indice del costo della vita.

Le due camere di commercio hanno realizzato sia le camere arbitrali come quelle di conciliazione. Queste ultime sono state organizzate anche per soddisfare alle disposizioni della legge 18.6.1998, n. 192 sulle controversie in materia di subfornitura.

Sensibile è risultato il ricorso al fondo perequativo gestito da Unioncamere, per la realizzazione di alcuni progetti ritenuti di importanza prioritaria fra i numerosi offerti dal predetto fondo.

Ambedue le camere hanno ritenuto necessario migliorare il tasso di riscossione del diritto annuale, avviare il processo di semplificazione dei principali procedimenti amministrativi e di monitoraggio della qualità dei servizi.

Ancora ambedue le camere hanno adottato il servizio sportello SEPRI relativo allo sviluppo qualitativo e quantitativo delle piccole e medie imprese delle due provincie.

La Camera di commercio di Potenza ha ritenuto opportuno adottare il progetto di potenziamento della rete degli sportelli informativi ad indirizzo tecnologico (DIT). Fra gli obiettivi di questo programma la realizzazione di sistemi tecnici per la facilitazione di incontri tecnici, convegni e seminari sulle normative, svolgimento di programmi di formazione continua.

Ancora a Potenza si è ritenuto necessario riqualificare il funzionamento della sezione regionale dell'Albo gestori rifiuti.

Infine si è dato seguito al progetto proposto da Infocamere circa l'archiviazione ottica dei documenti.

L'Ente camerale di Matera ha, invece, realizzato il progetto "Marchio di qualità delle imprese alberghiere" consistente nell'assegnazione di un marchio di qualità ed incentivazione del processo di qualificazione delle imprese del turismo.

Altri progetti adottati da parte di questo Ente riguardano la promozione della rete di sportelli di conciliazione e la costituzione di un centro per l'informazione statistica ed economica.

2) L'Unione regionale delle camere di commercio della Basilicata.

L'attività dei due enti camerali lucani non sarebbe interamente considerata se non si tenesse conto dell'attività svolta dall'Unione regionale e dal Centro per il commercio con l'estero.

L'Unione ha rappresentato un utile punto di collegamento con la Regione influendo sulla determinazione in favore delle camere di commercio delle norme regionali. Questa opera si è resa possibile per la profonda conoscenza dell'economia locale, che ha permesso l'ottenimento di un generale consenso. L'Unione svolge periodicamente indagini e stila rapporti congiunturali sulla situazione economica.

L'Unione ha pure organizzato importanti partecipazioni a manifestazioni fieristiche nazionali nei settori dell'artigianato, alimentare e zootecnico. Fra queste si ricorda: 1) la 28a mostra internazionale dell'alimentazione di Rimini (febbraio 1998) alla quale si è partecipato con 10 imprese della Regione; 2) il VINITALY (Verona 16-20 aprile 1998) con aziende vitivinicole anche cooperative; 3) il DIUS di Parma con una partecipazione di 10 imprese.

L'Unione si è presentata con un consistente numero di imprese del settore artigiano alle più importanti fiere del settore "L'Artigianato in Fiera", con 23 imprese che rappresentano l'elite della produzione regionale.

Sono ancora parte del programma dell'Unione:

1) promozione di iniziative turistiche aggregate nell'area interprovinciale del Basento;
2) La seconda annualità del programma PASS che riguarda una serie di iniziative finalizzate al miglioramento delle competenze di gestione dei fondi strutturali.
3) Partecipazione alla Borsa internazionale del turismo enogastronomico (BITEG) di Ferrara (8-11 ottobre 1998) con pacchetti mirati sulla realtà del territorio lucano;
4) Adesione ad una giornata di approfondimento sul sistema bancario e finanziario meridionale;
5) Partecipazione al progetto ISMART che ha per obiettivo la promozione turistica mirata a selezionare e diffondere la conoscenza di circuiti di eccellenza del Sud Italia.

L'Unione ha potuto contare, per il 1998, su contributi ordinari delle camere di commercio lucane per complessive L. 1.105.000.000 di cui L. 708.000.000 da parte di Potenza e L. 396.800.000 da parte di Matera.

Quale commento finale alla relazione della Regione Basilicata possono valere le seguenti considerazioni:

1) Le camere di commercio lucane si presentano come aventi a disposizione limitate risorse economiche da destinare alle attività promozionali. La limitazione è dovuta al ristretto numero delle imprese, iscritte nel Registro, al consistente tasso di evasione dal versamento del diritto annuale, all'alta frequenza di imprese non di capitale che versano un diritto annuale più limitato.
2) Da quanto al punto 1) le camere di commercio in argomento hanno dovuto adattarsi ad un'attività di consulenza, di informazione, di formazione, ecc. ricorrendo tra l'altro al fondo perequativo, bilanciato con un'attività concreta di formazione soprattutto commerciale di beni di consumo e di turismo.

3) La Regione Basilicata ha valorizzato il ruolo degli enti camerali assegnando loro un trattamento particolare nel contesto della normativa regionale e rendendole titolari di sistemi informativi, dello sportello regionale per le attività produttive e la promozione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese.

Regione Calabria.

La relazione rimessa dalla predetta amministrazione si compone della raccolta di documenti inviati dalle camere di commercio di Catanzaro, Cosenza, Crotone, Reggio Calabria, Vibo Valentia e rimessi alla stessa Regione dall'Unione regionale delle camere di commercio.

Il predetto materiale si riferisce all'anno 1998, ed è costituito da informazioni sulla pianta organica, sullo stato di attuazione della legge di riforma della camera di commercio, sui movimenti nei vari albi e registri. Ogni camera di commercio ha provveduto, poi, ad inviare una relazione sulla gestione dell'anno 1998. Tale documentazione consiste nella relazione allo stato patrimoniale, nella nota integrativa e nelle tavole riassuntive dei bilanci.

Tralasciando le notizie relative alla consistenza del personale, alle movimentazioni sui registri, albi, ecc. si ritiene importante soffermarsi sull'attività promozionale svolta da ogni singola camera di commercio, traendo le indicazioni dal materiale inviato da ogni singolo ente.

Dalla lettura di detto materiale si ottiene un quadro particolare dell'attività degli enti camerali nella Regione fra le più povere del Paese.

Ogni camera di commercio dispone di Registri imprese con un numero relativamente limitato di imprese. Le province di nuova istituzione: Crotone e Vibo Valentia, risultanti dallo scorporo di Catanzaro, contano numeri di imprese iscritte nel Registro non sufficienti per assicurare una incisiva attività promozionale.

Le carenze finanziarie sono comuni a tutti gli enti camerali calabresi i quali, per rigidità di bilancio godono dell'intervento del fondo perequativo, non certamente risolutivo.

L'attività promozionale risente anche delle limitatezze di personale. Tali limitatezze sono percepite più acutamente poiché detti enti hanno imboccato la via della prestazione di servizi piuttosto che quella dell'organizzazione di episodi promozionali. E' evidente che nella prestazione di servizi è necessaria una elevata professionalità, una costante applicazione, e un continuo aggiornamento.

Le limitate risorse finanziarie intese in senso generale, sono causate oltre che dal numero limitato di imprese, anche dal limitato livello di riscossione del diritto annuale, livello ben al di sotto di quello medio nazionale.

L'elevata percentuale delle imprese che non versano il diritto annuale provoca la formazione di residui attivi che innalzano artificiosamente l'avanzo di amministrazione per più esercizi fino a quando detti residui non vengono radiati o, in parte, effettivamente riscossi.

Questi aspetti sono comuni a molte camere di commercio ma in quelle calabresi raggiungono le dimensioni più rilevanti.

1) - Camera di commercio di Catanzaro.

L'ente camerale ha realizzato nel 1998 proventi della gestione corrente per L. 7.643.865.178, mentre gli oneri sono stati pari a L. 5.988.114.150. Il risultato della gestione

corrente è positivo per L. 1.655.751.028. Al risultato della gestione ordinaria deve essere aggiunto quello della gestione straordinaria per L. 868.888.844. Il risultato economico dell'esercizio è pari a L. 2.205.151.247. Dalla relazione sulla gestione dell'anno 1998 si apprende che gli impegni di maggior portata delle disponibilità finanziarie, in favore dell'economia hanno riguardato il compimento di nuovi sportelli camerali per l'utenza, la realizzazione dell'archivio unico del Registro imprese, con il materiale proveniente dalle cancellerie commerciali dei tribunali provenienti da Catanzaro e Lamezia Terme. E' stata definita l'apertura della sede staccata di Lamezia Terme. Il principale impegno di spesa sul piano strutturale riguarda l'adeguamento alle disposizioni di sicurezza della legge n. 626. E' stata sostituita quasi integralmente la dotazione in personal computer e sono stati adeguati i programmi informatici e telematici. Sono stati sostituiti anche arredi vari di ufficio, sono stati restaurati mobili d'epoca di indubbio valore. Per la vera e propria attività di promozione economica, l'ente camerale ha impegnato oltre 2 miliardi. Si deve tener conto che la camera di commercio di Catanzaro ha dovuto provvedere alla liquidazione della parte di patrimonio spettante alle scorporate camere di commercio di Vibo Valentia e di Crotone. L'ammontare degli interventi di promozione economica rappresentano il 31,2% della spesa corrente.

2) - Camera di commercio di Cosenza.

Relativamente alla predetta camera si dispone di un conto economico riguardante l'esercizio 1998 e di una relazione sulle attività promozionali svolte nel 1999.

Per quest'ultime l'Ente camerale ha avuto a disposizione la somma di l. 6.581.000.000 in parte costituita dal risultato dell'esercizio 1998.

Con tale disponibilità la Camera ha svolto una serie di iniziative che spaziano nei sotto indicati campi:

- il credito e la finanza in favore delle piccole e medie imprese;
- gli interventi in favore del commercio, dell'industria e dell'artigianato;
- l'ambiente;
- l'agricoltura e la ricerca;
- la certificazione di qualità;
- la semplificazione amministrativa;
- il turismo;
- la formazione;
- le indagini di mercato e l'assistenza alle imprese.

Circa il credito e la finanza in favore delle piccole e medie imprese sono stati stanziati contributi ai concorsi e alle coperture di garanzia fidi per 500 milioni da destinarsi all'abbattimento di interessi, per 500 milioni da destinare all'impinguimento dei fondi rischi, per 300 milioni da destinare tramite le associazioni di categoria ai Fondi antiusura.

Relativamente agli interventi in favore dei settori commercio, industria e artigianato sono stati erogati alle imprese, contributi per la partecipazione in forma autonoma a fiere, mostre, ecc., sia in Italia che all'estero per complessivi 150 milioni, sono stati erogati contributi ad associazioni di categoria e soggetti vari per convegni, mostre, manifestazioni varie per la valorizzazione delle produzioni locali. Con tale importo è stato indetto il concorso per i migliori addobbi natalizi.

Sono state curate le gestioni delle leggi per gli incentivi fiscali al consumo e la rottamazione delle licenze.

Circa gli interventi in materia ambientale è stato inaugurato lo sportello informatico per la diffusione delle informazioni relative alle norme in materia (ENAS; ISO 14.000).

Per quanto riguarda l'agricoltura sono stati finanziati progetti di ricerca e di sperimentazione proposti dalle associazioni di categoria. Sono state privilegiate iniziative eco-compatibili e di agricoltura eco-compatibile.

Relativamente al controllo e alla certificazione di qualità è stato istituito uno sportello di informazioni sul sistema HACCP e sulle norme ISO. Nell'ambito di questo settore di attività è stato incluso anche un contributo per il funzionamento del laboratorio chimico – merceologico.

In materia di semplificazione amministrativa l'ente camerale ha deciso l'adesione agli sportelli informativi finanziarie delle note Unioncamere, uno strumento destinato a diffondere localmente l'informazione su prodotti del sistema creditizio. Sono state inoltre promosse le attività della camera arbitrale, dello sportello per la conciliazione (con un progettato corso per conciliatori, riservato a 12 giovani laureati).

Per quanto riguarda il turismo l'Ente ha deciso l'adesione ad Assonautica, e la partecipazione al finanziamento del diploma universitario di economia e gestione dei servizi turistici.

Nel campo della formazione l'Ente ha organizzato corsi di formazione abilitanti per l'iscrizione in albi camerali, ha deciso la partecipazione finanziaria al Consorzio per la scuola di direzione per le imprese, costituito di intesa con l'Università per la Calabria e la fondazione Cassa di risparmio per la Calabria. La partecipazione finanziaria, imputabile all'esercizio, è stata pari a 200 milioni.

In materia di indagini di mercato e di assistenza alle imprese l'ente ha sottoscritto la III convenzione con l'Istituto G. Tagliacarne per il programma DIT (Diffusione e innovazione tecnologica), nell'ambito del quale una speciale assistenza medica è stata fornita, ad un congruo numero di aziende agricole del comparto agrario e oleicolo, per la predisposizione di piani di autocontrollo HACCP.

E' stato realizzato un corso per responsabili della sicurezza nei luoghi di lavoro. E' stato infine attuato il progetto SEPRI (che gode in parte del contributo comunitario) progetto che consente l'acquisizione dei servizi di consulenza da parte di un certo numero di aziende (45 per l'occasione) dei settori manifatturiero, agroalimentare, ed edilizio, attraverso check – up aziendale. Tale consulenza riguarda il funzionamento di piani di consolidamento, le informazioni sull'accesso alle agevolazioni finanziarie, accesso al credito a medio termine, aggiornamento all'uso di moderni strumenti gestionali, accesso al sistema informativo per progetti di consulenza, di mercato e di servizi.

L'Ente camerale, inoltre, ha aderito alle società di capitali note per la gestione dei Patti territoriali per l'occupazione. I Patti sono cinque: "Cosentino", "Alto Tirreno Cosentino", "Silano", "Alto Ionio" e "Media Valle del Crati".

L'Ente camerale ha, inoltre, costituito una azienda speciale, destinata ai servizi di formazione, di informazione e promozione delle piccole e medie imprese.

Di rilievo risulta infine l'attività dell'Ente camerale nell'ambito dell'Osservatorio Provinciale Eurologo, svolto insieme alle organizzazioni di categoria e alle associazioni degli imprenditori.

3) - Camera di commercio di Crotone.

Questo Ente, fra quelli di recente costituzione per scorporo dalla Camera di commercio di Catanzaro, ha ricostituito i suoi organi, ai sensi della legge n. 580 del 1993, nel 1998.

Come per le altre camere della Regione Calabria, l'attenzione verrà posta sull'attività promozionale.

Innanzitutto l'Ente ha rivolto attenzione al problema della erogazione alle imprese delle informazioni sulle varie leggi, che recano benefici alle imprese nel mezzogiorno. Per lo svolgimento di tale compito, l'Ente camerale ha adottato il Servizio Nuove Imprese (SNI) fornito da Assocamere e ha organizzato alcuni convegni.

E' stato favorito l'accesso al credito, tramite una convenzione con un istituto di credito locale, in modo da permettere alle imprese commerciali di ottenere un credito entro il limite massimo di 50 milioni, con l'abbattimento del tasso di interesse del 3%.

E' stato attivato lo sportello D.I.T. nell'ambito di un programma gestito dall'Istituto Tagliacarne. Sono stati privilegiati i settori vitivinicolo e lattiero – caseario. Per ogni azienda partecipante al D.I.T. sono stati elaborati i piani di innovazione a valere anche per l'anno successivo (1999).

L'assistenza alle aziende vitivinicole delle due aree DOC è consistita nella segnalazione delle fitopatie e nel suggerimento, in tempo reale, dei rimedi.

Per le imprese lattiero – casearie sono stati predisposti corsi di formazione su argomenti di maggiore criticità.

Il turismo è stato oggetto di attenzione tramite il progetto IMKA promosso dalla Unione europea con lo scopo di riqualificare i siti industriali abbandonati, in luoghi di turismo culturale. I lavori relativi a tale progetto sono in corso di svolgimento.

L'Ente camerale ha partecipato al progetto Euroforum il cui scopo è quello di creare una rete di formatori in ambito pubblico e privato in grado di diffondere a cascata le novità legate all'introduzione dell'euro.

Anche a Crotone è stato adottato il progetto SEPRI, cofinanziato dal fondo perequativo allo scopo di fornire alle imprese analisi sui loro punti di forza e di debolezza.

E' stato costituito il servizio di conciliazione per la composizione delle controversie in materia di sub-fornitura.

Sono stati organizzati dei convegni sulla legge n. 488 del 1992, aventi per oggetto il turismo.

Passando ad esaminare i risultati economici del bilancio 1998, si osserva come il totale delle entrate ammonta a L. 4.361.832.983 della quale somma il 26%, pari a L. 1.287.905.400, quale contributi a trasferimenti (cap. 2001).

Fra le spese quella più rilevante è rappresentata dai costi del personale.

Le spese per iniziative di promozione economica risultano pari a L. 1.243.178.750 che corrisponde allo 28,5% della spesa complessiva.

4) - Camera di commercio di Reggio Calabria.

Anche la Camera di commercio di Reggio Calabria ha adeguato i propri organi statutari al dispositivo della legge n. 580 del 1993, nel corso del 1998.

Nel complesso la Camera di commercio di Reggio Calabria investe nel 1998, per attività promozionali, L. 2.110.000.000, di cui L. 746.617.027 quali quote associative verso i numerosi organismi partecipati.

Tutta l'attività promozionale evidenziata da questo Ente viene svolta, almeno da ciò che risulta dalla relazione della Regione, dalla azienda speciale In.form.a.

Il quadro non è, però, completo poiché dalle poche notizie di carattere economico fornite l'Ente camerale partecipa al bilancio di In.form.a. con L. 300.000.000 di trasferimenti.

La predetta azienda speciale è stata istituita per fornire informazione, formazione e assistenza alle piccole imprese.

Sin dai suoi primi anni di attività l'azienda è stata titolare del progetto PRISMA misura 3.1.2, "Selezione e diffusione della informazione e assistenza alle imprese in materia normativa e tecnica".

Per realizzare i suoi fini l'azienda ha costituito uno sportello informativo, realizza seminari su specifiche tematiche comuni a più aziende dello stesso settore, organizza visite dirette presso le imprese con lo scopo di fornire un servizio personalizzato. Per realizzare i suoi obiettivi la azienda speciale utilizza banche dati sulla normativa tecnica volontaria, sulla legislazione in atto in materia agro-alimentare sull'ambiente e sulla sicurezza. In quest'ultimo caso utilizza un software di autovalutazione dei rischi sugli ambienti di lavoro.

Nell'anno di riferimento l'azienda speciale ha tenuto contatti con circa 330 aziende di cui 230 effettuando visite, 103 imprese hanno inviato propri esponenti a corsi seminari, ecc. e 7 imprese hanno beneficiato di check up aziendali per valutare la rispondenza alle norme UNI EN ISO 9000.

Anche la Camera di Reggio Calabria ha attivato lo sportello DIT, anch'esso gestito da In.for.ma., volto a fornire gli strumenti di approccio alla normativa in tema di qualità, normazione, certificazione, sicurezza, ambiente, ecc.

L'azienda speciale si occupa anche del D. Lgs. 626 relativo alla sicurezza nei posti di lavoro, fornendo assistenza per la stesura del documento di valutazione dei rischi.

Nell'insieme, sono state assistite più di 1.000 imprese.

Sono stati organizzati 7 seminari sugli argomenti e le materie sopra richiamate.

L'azienda speciale In.form.a. ha costituito l'elemento attraverso il quale la camera ha partecipato al progetto Leader per l'area Grecanica, costituendone il relativo Gruppo di Azione locale (GAL).

Il progetto POLIS, attuato con il fondo di perequazione di Unioncamere, si propone di fornire gli strumenti conoscitivi sull'andamento congiunturale dell'economia locale.

L'indagine si avvale della collaborazione di 500 imprese.

L'azienda speciale ha realizzato uno studio sul trasporto aereo, mettendo in evidenza come il suo elevato costo incida negativamente sul turismo.

Numerose risultano, poi, le iniziative minori, come l'approntamento di fascicoli e periodici, trattanti materie varie dalla legge n. 449/98 alla legge n. 626/1995, ecc.

L'azienda speciale intende divenire un punto UNI per la consultazione e la vendita delle norme tecniche prodotte dall'organismo di normazione.

5) - Camera di commercio di Vibo Valentia.

Nel 1998 la Camera di commercio di Vibo Valentia ha completato la formazione degli organi, secondo la nuova normativa.

La camera viene costituita nel 1994 e, per obiettive cause, a tutt'oggi risente di tale recente avvio, come ad esempio la limitatezza del numero dei dipendenti in servizio (20), rispetto al numero previsto nella pianta organica.

La Camera in oggetto, unica fra quelle della Calabria, rende testimonianza del mancato conferimento di funzioni amministrative da parte della Regione ai sensi del D. Lgs. n. 112 del 1998.

La parte promozionale dell'attività camerale nel 1998, si è avvalsa di una somma risultante dal valore della previsione assestata di L. 1.025.840.265, della quale somma, a fine esercizio, rimanda a residui passivi L. 718.698.083.

Si ricordano in breve le iniziative promozionali assunte in favore dello sviluppo economico.

E' stato attivato il servizio nuove imprese tendente a fornire orientamenti agli aspiranti imprenditori. Il progetto è stato finanziato dalla Banca Nazionale delle Comunicazioni.

E' continuata anche l'attività del centro informativo e formativo indirizzato ai giovani in cerca di occupazione, mediante l'uso di sportelli informatici multimediali.

Per la promozione commerciale dei prodotti la camera di Vibo Valentia si è avvalsa delle iniziative promozionali della Unione regionale delle camere di commercio e del centro estero.

L'Ente camerale ha svolto attività in favore del processo di internazionalizzazione delle imprese e ha agito assiduamente sul settore della formazione organizzando otto seminari ai quali sono risultati interessati 550 imprenditori.

Anche in questo ente camerale risulta attivo lo sportello di informazione tecnologica DIT per l'assistenza alle imprese sulla innovazione lo sviluppo di comportamenti aziendali, la valorizzazione di strutture qualificate sul territorio.

Si può osservare un intervento qualificato per l'accesso al credito con abbattimento dei tassi d'interesse in favore delle imprese.

L'intervento camerale ha permesso l'ottenimento di prestiti per un ammontare di oltre un miliardo di lire.

Una consistente somma è stata poi destinata all'impinguamento del fondo rischi di alcune cooperative di garanzia fidi.

Sono stati erogati servizi di informazione utilizzando una banca dati specializzata in materia di incentivazioni formazione e agevolazioni contributive previste da norme locali, nazionali e comunitarie.

L'Ente camerale ha dedicato molta attenzione al settore del turismo, il quale ricopre una certa importanza sul territorio, attivando due progetti: 1) il marchio di qualità per le imprese alberghiere e, 2) la certificazione di qualità ISO 9000, portando 7 imprese alla certificazione di qualità.

Non sono stati ancora attivati i servizi di regolazione del mercato.

La partecipazione azionaria e le quote di capitale sottoscritto riguardano organismi del sistema camerale (Infocamere, Tecnoholding Mediacamere Tecnocons) o organismi locali che si occupano di finanza agevolata, di sviluppo ecc. Complessivamente le partecipazioni sono contenute nella somma di L. 95.000.000.

Regione Sardegna.

La Regione Sardegna ha rimesso la relazione in questione, quale allegato alla propria nota n. 4322 del 26 giugno 2001.

La relazione si sviluppa sulle vicende camerali di due esercizi: 1998 e 1999, come richiesto dalla circolare dello scrivente Ministero n. 3491 del 19.7.2000, prot. 685325.

La regione Sardegna conta quattro camere di commercio: Cagliari, Sassari, Nuoro, Oristano la cui articolazione territoriale coincide con le relative province.

L'Unione regionale delle camere di commercio, che associa i quattro enti camerali predetti è stata costituita nel 1981. Il centro per il commercio con l'estero è stato istituito nel 1992.

La relazione della Regione è redatta in modo articolato: ogni camera è stata considerata individualmente.

1) Camera di commercio di Cagliari.

Nel periodo di riferimento della relazione regionale, la Camera di Cagliari aveva (1999) costituiti i propri organi secondo il dispositivo della legge n. 580 del 1993.

La predetta camera dispone di una camera arbitrale, di un laboratorio chimico merceologico, gestito sotto forma di una società di capitali e ubicato in Elmas.

Ancora, la camera di Cagliari, dispone di due aziende speciali:

- il "Centro Servizi promozionali per le imprese" istituita nel 1987
- la "Fiera internazionale di Sardegna", il cui statuto è stato approvato nel 1978 con una sede distaccata ubicata in Carbonia.

1.1) Attività promozionali.

Numerose appaiono le partecipazioni della camera ad organismi associativi: nel 1999, esattamente in numero di 15, distribuiti nei seguenti settori:

- infrastrutture aeroportuali	n. 2
- formazione	n. 1
- promozione della commercializzazione	n. 1
- turismo	n- 3
- assistenza e trasfer. tecnologico	n. 1
- consorzi industriali, BIC, ASI	n. 5
- Società ippica Cagliari	n. 1
- SIRCASIS soc. consortile in liquid.	n. 1

1.1.1) Promozione nuove imprese.

Il settore è stato curato con l'organizzazione di un seminario curato dal Centro Servizi promozionale alle imprese.

1.1.2) Promozione per la commercializzazione dei prodotti.

E' stato il settore agroalimentare a ricevere maggior attenzione da parte dell'ente camerale il quale ha organizzato due concorsi regionali:

- Sardegna vini
- Olio extravergine di oliva sardo, di qualità, con la partecipazione finale al premio "Ercole Olivario".

1.1.3) Internazionalizzazione delle imprese.

L'ente camerale è intervenuto nel settore con contributi alle camere di commercio italiane all'estero e contributi a terzi per partecipazioni a fiere e mostre o per missioni all'estero.

1.1.4) Formazione per l'impresa.

L'ente camerale è intervenuto nel settore della formazione per l'impresa, sia direttamente che attraverso il Centro Servizi promozionali per le imprese (azienda speciale).

Ha realizzato 3 corsi – seminari nel 1998 e 2 nel 1999. Per la rilevazione dei fabbisogni formativi e professionali ha utilizzato il sistema informativo Excelsior.

1.1.5) Supporto all'innovazione.

Per quanto riguarda questo settore la camera di commercio ha operato esclusivamente con la azienda speciale "Centro servizi promozionali per le imprese".

1.1.6) Promozione e gestione di infrastrutture.

La camera di commercio ha provveduto, in modo diretto, alla realizzazione di nuove costruzioni per l'Azienda speciale "Fiera", fra le quali il Centro congressi e ha provveduto all'ammodernamento di alcuni padiglioni. Nel complesso il costo dei lavori è stato pari a oltre L. 13 mld la cui copertura finanziaria è stata assicurata dalla Regione.

La camera si è impegnata, inoltre, attraverso la partecipata SO.G.A.ER. S.p.a., nella ristrutturazione dello scalo portuale acquisendo i finanziamenti dallo Stato e dalla Regione. La società è stata ricapitalizzata e attualmente il capitale sociale ammonta a L. 15 mld di cui il 93% appartiene alla camera di Cagliari.

1.1.7) Finanza e credito.

L'ente camerale svolge una pregevole attività nel campo del credito e della finanza. Innanzitutto esprime membri del Consiglio di amministrazione nelle varie istituzioni bancarie, fondazioni e società di leasing. Partecipa, inoltre, ad alcuni Confidi e cooperative di garanzia collettiva fidi.

1.2) Studi, statistiche ed informazione economica delle imprese.

Il Servizio statistica ha collaborato alla realizzazione del progetto Excelsior, coordinato da Unione italiana delle camere di commercio e con la partecipazione finanziaria del Ministero del lavoro e della Unione Europea. Come già evidenziato in altre parti della presente relazione il progetto è finalizzato alla ricerca di conoscenza sulla occupazione delle imprese e sul collegato fabbisogno di formazione professionale.

Il Servizio studi - statistica consta di 6 unità, di cui 3 laureati (1999). Il predetto servizio svolge attività di informazione e divulgazione al pubblico, anche attraverso pubblicazioni periodiche (Sardegna economica, Listino prezzi: materiali da costruzioni).

Le informazioni statistiche più richieste sono state le seguenti, divise per argomento:

1) Domande su lavoro e professioni (Excelsior)
2) Demografia delle imprese
3) Retribuzioni contratti, costi del lavoro
4) Indici prezzi al consumo
5) Pressi all'ingrosso
6) Occupazione
7) Altre fonti di informazione.

Le rilevazioni periodiche previste dal Sistema statistico nazionale hanno impegnato l'ufficio studi per circa 550 ore – persona di lavoro. I maggiori impegni sono stati dedicati a: prezzi all'ingrosso, attività edilizia, statistica protesti e fallimenti, consistenza grandi magazzini, consistenza dei supermercati, ecc.

1.3) L'ambiente.

La camera di commercio e la propria azienda speciale "Centro servizi promozionali per le imprese" hanno svolto attività inerenti la salvaguardia del patrimonio ambientale.

La camera provvede alla gestione del MUD (dichiarazioni ambientali) che costituiscono la base per la formazione del catasto nazionale rifiuti.

Le informazioni richieste dalle circa 800 imprese obbligate alla presentazione del MUD hanno riguardato la normativa ambientale. Sono state fornite anche prestazioni di consulenza e assistenza.

1.4) La gestione finanziaria della camera di commercio.

Per brevità le notizie riportate di seguito si riferiscono all'esercizio 1999.

In detto esercizio le entrate correnti (Tit. 1) sono state pari a L. 20,624 mld. dei quali L. 17,094 mld entrate per diritti annuali e diritti di segreteria (Cat. 1°).

Le spese correnti (Tit. I) sono state pari a L. 17,966 mld. di cui le spese (cat. 2°) per interventi di promozione economica sono state accertate in L. 5,561 mld. Le spese di promozione economica comprendono l'insieme delle quote associative del sistema camerale (L. 1,680 mld) e iniziative vere e proprie il cui ammontare è stato pari a L. 3,871 mld.

1.5) Le aziende speciali.

Come si è già detto le aziende speciali dell'ente camerale di Cagliari sono due: "Centro servizi promozionali per le imprese" e "Ente Fiera di Cagliari".

1.5.1) L'azienda speciale "Centro servizi promozionali per le imprese" dispone della collaborazione di 12 unità di cui 1 a part-time.

L'azienda svolge attività promozionale con la partecipazione a fiere e mostre e incontri commerciali in Italia e all'estero anche fuori U.E.. Organizza il ricevimento di delegazioni estere in Italia e progetta pure la costituzione di joint – ventures all'estero.

Di seguito viene riportata un'analisi dettagliata dei servizi promozionali svolti.

- Artigianato. Il settore è stato oggetto di particolare attenzione con la partecipazione a numerose fiere e mostre provinciali ed estere.
- Agroalimentare. Considerato il particolare pregio della produzione agro – alimentare sarda la promozione si è sviluppata tramite:
  a) partecipazione a manifestazioni fieristiche specializzate per operatori all'interno e all'estero.
  b) ideazione e realizzazione di missioni economiche all'estero, promozioni annuali all'interno di grandi magazzini e ipermercati, missioni in Sardegna di buyers stranieri con assistenza per incontri e visite alle aziende della provincia di Cagliari
  c) assistenza alle imprese per la ricerca di nuovi mercati.
  d) assistenza alla stampa specializzata italiana ed estera, per la realizzazione di articoli ed inserti sui prodotti ed aziende agro alimentari della Sardegna
  e) collaborazione con associazioni di categoria e consorzi di tutela per la valorizzazione dei prodotti agro alimentari sardi.

  Nello svolgimento delle sue attività in favore del comparto agro alimentare l'azienda speciale tiene contatti collaborativi con: Centro estero delle camere di commercio della Sardegna, con altre aziende speciali, con Unioncamere, con Assessorati di enti locali

(Comuni, Province, Regioni), con gli uffici dell'ICE nei vari paesi, con le Ambasciate e Consolati, ecc.

- Internazionalizzazione. Nel settore l'azienda speciale è intervenuta con missioni economiche e iniziative di partenariato, con assistenza nello studio di progetti di internazionalizzazione e di operazioni di import – export, formazione nei predetti campi.
- Progetto SEPRI. Si tratta di un progetto cofinanziato da U.E. che è volto a promuovere lo sviluppo delle p.m.i. manifatturiere e di alcuni comparti dell'edilizia. Le iniziative assunte sono: chek up aziendali con ottica organizzativo – finanziaria, supporto nella ricerca della consulenza, finanziamento di piani di consolidamento e sviluppo, assistenza per l'accesso al credito, realizzazione di corsi di formazione per l'aggiornamento degli imprenditori.
- Turismo. L'ufficio è in grado di erogare informazioni sotto il profilo giuridico, legale, fiscale e amministrativo. Gli utenti vengono assistiti nell'individuazione del mercato di riferimento nonché nell'individuazione di operatori interessati. L'attività dello sportello si sviluppa in collaborazione con altri soggetti istituzionali coinvolti (Comuni, APT, Regione).
- EURO – Info – Centre (EIC). L'Ero – Info – Centre è una componente del network della Commissione europea. E' stato costituito per offrire alle p.m.i., ad enti pubblici, associazioni, liberi professionisti e privati un servizio di informazione, assistenza e orientamento sulle tematiche comunitarie. Molta attenzione viene dedicata alle attività legate alla internazionalizzazione delle imprese con la ricerca di nuovi mercati e partners commerciali e incoraggiando la partecipazione ai programmi transnazionali e di cooperazione. Sulle altre numerose opportunità che offre EIC si ritiene di soprassedere rinviando ad altra parte della presente relazione. Si ritiene importante invece riferire sull'attività di EIC nell'ambito della camera di Cagliari. Esso cura l'invio di una newsletter telematica sul commercio elettronico, inviandola a circa 250 imprese. Viene quindi attuato il progetto Globus – rete degli sportelli per l'internazionalizzazione. Tale progetto è finanziato dal fondo di perequazione e ha durata biennale.
- Osservatorio nuove imprese. E' attivo da cinque anni e in questo periodo ha registrato lo sviluppo o la crisi delle nuove imprese, al fine di elaborare strategie e interventi sia di breve come di lungo periodo.
- ARCO – Banca dati. Si tratta di una banca dati sull'offerta di formazione per il lavoro imprenditoriale, manageriale e professionale, gestito attraverso la rete telematica.
- Filo di Arianna. Banca dati on-line sulle agevolazioni finanziarie per le imprese ed il lavoro autonomo.
- Cartesio. Guida multimediale per la redazione dei business – plans.
- Servizi di regolazione del mercato. L'azienda speciale costituisce anche gli sportelli attraverso i quali si diffondono le norme tecniche per la qualità come i regolamenti UNI e quelli CEI (Comitato elettrotecnico italiano)

1.5.2) Fiera Internazionale della Sardegna.

L'azienda speciale "Fiera" è stata costituita nel 1979. Insiste su un'area espositiva di circa 12 Ha, ottenuta in concessione dal Demanio. La superficie espositiva risulta pari a Ha 5 di cui Ha 3,4 coperti. Il quartiere fieristico comprende 16 padiglioni destinati alle esposizioni, una palazzina per gli uffici, un centro congressi e una struttura, ulteriore, destinata ad attività congressuale.

Il personale in servizio attualmente consta di 17 unità lavorative, dipendenti a tempo indeterminato, fra le quali si registra un direttore, un dirigente, due quadri, tre impiegati direttivi, ecc.

Le manifestazioni fieristiche attualmente organizzate, all'anno 1999, sono 3 e sono dedicate ai sottoindicati temi. Inoltre in occasione delle varie manifestazioni vengono reclutate ulteriori unità lavorative in numero di 100 circa.

Le manifestazioni fieristiche organizzate al momento dall'Ente sono le seguenti: Turisport e fitness – show – Vacanze in Sardegna, Fiera internazionale – Salone elettrico – Salone arredamento – Salone artigianato – Beauty Sardegna, futura I.T. – Fiera di Natale.

Gestione finanziaria. Appare interessante osservare che il conto economico consuntivo (1999) mostra ricavi per L. 6,966 mld, costituiti per L. 6,258 da ricavi propri, per L. 0,111 mld dal contributo camerale in conto esercizio e per L. 0,506 mld dai contributi di altri enti pubblici. Le spese pareggiano in L. 6,966 mld con un avanzo di esercizio di L. 0,086 mld.

Fra i costi quelli di gestione, ammontano a L. 3,908 mld e i costi per iniziative promozionali ammontano a L. 2,972 mld.

Il bilancio dell'azienda speciale si presenta quindi in termini di notevole autosufficienza finanziaria ed economica verso la camera di commercio.

2) Camera di commercio di Sassari.

La camera di commercio di Sassari dispone di una sede principale e di due sedi distaccate ed ubicate rispettivamente ad Olbia e a Tempio Pausania.

Inoltre l'ente camerale dispone di un'azienda speciale, denominata "Promocamera" e di una camera arbitrale.

Con riferimento all'esercizio 1999, la camera appariva impegnata nella partecipazione a consorzi (che trattano zone industriali, turismo, miniere, ecc.), a tre società per azioni, ad una società consortile.

La camera di Sassari dispone della collaborazione di 73 unità lavorative fra le quali si contano 4 dirigenti.

Anche nel caso della camera di Sassari come già operato per le altre camere, si terrà conto nell'esame dell'attività, di quanto intrapreso nel settore delle iniziative promozionali.

La preferenza per detto argomento è, del resto, prevista dall'art. 37 del D. Lgv. n. 112 del 1998.

Per inciso è necessario ricordare che la camera di commercio al 31.12.1999, contava 45.749 imprese iscritte al Registro e che nel 1999 il saldo fra imprese di nuova iscrizione e cessazioni è risultato attivo in modo sensibile.

2.1) Le attività promozionali.

Si tratta di attività caratterizzate dalla discrezionalità fornita agli organi elettivi dalla legge. A detti organi è concessa la facoltà di valutare l'opportunità, la convenienza e l'adeguatezza delle iniziative da avviare.

2.1.1) Promozione di nuove imprese.

L'attività della camera nella materia è consistita nella istituzione di uno sportello che fornisce chiarimenti sulla legge n. 44, sportello che entra a far parte del Servizio Nuove Imprese. Il Servizio è rivolto a quanti richiedono alla camera le informazioni preliminari per l'avvio dell'attività.

Nel 1999 sono stati realizzati 6 seminari sull'argomento rivolti ad aspiranti nuovi imprenditori.

2.1.2) Promozione per la commercializzazione dei prodotti.

Nel corso del 1999 è stata organizzata la partecipazione alle seguenti fiere e mostre:

- MIA (Mostra Int.le dell'Alimentazione) - Rimini
- Florence Gift Mart – Firenze
- IV Mostra mercato dell'Artigianato – Milano
- Salone del libro – Torino
- Frankfurt Buchmesse – Francoforte (Salone Int.le del libro)
- Manifestazione Agroalimentare USH – Canada (Chicago – Toronto)
- Arezzo wave

2.1.3) Internazionalizzazione delle imprese.

Questo settore è stato curato con l'erogazione di contributi a camere di commercio italiane all'estero e a favore di imprese per la partecipazione a fiere e mostre e per missioni all'estero.

2.1.4) Formazione per l'impresa.

Sia nel 1998, come nel 1999 l'azienda speciale ha svolto corsi di formazione e ha erogato borse di studio per la frequenza presso la S.D.A. dell'Università "Bocconi".

In particolare nel 1999 sono stati organizzati due corsi per animatore turistico, due corsi per barman, due corsi per vetrinista, un corso di informatica, un corso per decoratore di mobili, un corso di promozione all'idea di impresa, un corso per assistenti turistici, un corso di formazione per insegnanti di scuola superiore.

Una consistente attività di informazione e orientamento è stata svolta presso gli Istituti tecnici commerciali.

Per lo svolgimento delle attività di formazione sono stati utilizzati i dati del sistema informativo Excelsior.

2.1.5) Diffusione dell'innovazione.

Tale materia è stata trattata con ampiezza soprattutto nei riguardi dei comparti oleario e florovivaistico. Nelle aziende olearie del campione sono stati redatti check – up di consulenza, realizzati a cura della Soc. Agrisarda.

Per il comparto florovivaistico è stata svolta una intensa attività in favore della costituzione del consorzio fra i florovivaisti della provincia di Sassari e per richiedere dati sulle quantità di produzione e sui prezzi di vendita.

2.1.6) Finanza e credito.

La camera di commercio dispone di un ufficio che offre servizi di consulenza in materia di credito e pone in essere iniziative anche in collaborazione con altre organismi locali. Detto ufficio svolge anche attività di formazione in materia di credito attraverso seminari, congressi, studi, ecc. In particolare il rappresentante camerale nel consiglio della Fondazione Banca di Sardegna ricopre il ruolo di presidente del consiglio stesso.

La camera partecipa a consorzi e cooperative di garanzia collettiva fidi, che agiscono soprattutto sui settori dell'industria.

Complessivamente tali organismi sono 5 e ottengono un affidamento totale di 200 mld di lire.

2.1.7) Studi, statistiche ed informazioni economiche.

Il servizio statistica ha realizzato il sistema informativo Excelsior, progetto già richiamato a proposito delle altre camere di commercio. Nell'ambito del servizio predetto prestano la loro collaborazione 4 unità.

Nel 1999 detto personale è stato sottoposto ad attività di formazione.

L'attività di divulgazione al pubblico è particolarmente intensa. Ogni mese circa 300 – 400 utenti si rivolgono allo sportello per ottenere informazioni statistiche. Molte informazioni vengono esitate anche tramite telefono.

Gli argomenti trattati in questa attività sono noti: indici prezzi al consumo, prezzi all'ingrosso, domande di lavoro e professioni, prezzi alla produzione, censimenti, turismo, ecc.

Le operazioni svolte nell'ambito del Programma Statistico Nazionale riguardano il progetto Excelsior, la consistenza del bestiame, la produzione del latte, la pesca nelle acque interne, le opere pubbliche, l'attività edilizia, i prezzi alla produzione, i prezzi all'ingrosso, le statistiche sui fallimenti, ecc.

Dal 1998, è attivo nella camera un osservatorio che fornisce un quadro della congiuntura provinciale e delle dinamiche di alcuni settori, basato sull'esame dei principali indicatori statistici ed economici del territorio. Sono stati trattati, in detto osservatorio i settori dell'agricoltura e del commercio.

2.1.8) Ambiente.

E' stata svolta attività di formazione e di consulenza in merito alla denuncia annuale dei residui tramite il MUD. Detta attività si è svolta in favore di 200 imprese circa ed è stata realizzata tramite pubblicazioni, convegni e manifestazioni, sportello ambiente. Le imprese interessate al MUD appartengono ai settori industria, artigianato, servizi.

2.1.9) Promozione di leggi di incentivazione economica.

Nel periodo 1998 – 1999, esplicavano la loro azione nel territorio le seguenti:

- leggi nazionali: n. 215/92, n. 488/92, n. 236/93, n. 1329/65, n. 608/96, n. 341/95, n. 95/95 e n. 317/91.
- leggi regionali: n. 28/84, n. 35/91, n. 51/93, n. 9/98.

Agiscono sul territorio alcuni regolamenti comunitari come quelli che riguardano: programma Operativo Plurifondo (n. 1994/1999 gestito da Regione) e il Programma operativo Multiregionale (n. 1994/1999 gestito da Regione).

2.1.10) Turismo.

Nel periodo di riferimento la camera ha svolto attività per la promozione del turismo realizzando due progetti:

a) il marchio della qualità delle imprese alberghiere. Tale progetto si attua attraverso le seguenti fasi come: la valutazione delle aziende turistiche, la costituzione di una commissione di valutazione, la visita alle aziende candidate, la diffusione del marchio di qualità, la campagna di promozione del marchio di qualità, ecc.
b) il cabotaggio intramediterraneo nei porti di Olbia e Porto Torres (Short – sea). Il progetto, di durata biennale, si propone di conoscere e monitorare il trasporto marittimo di cabotaggio intramediterraneo nei porti di Olbia e Porto Torres, allo scopo di conoscerne il mercato. Il progetto si propone, in definitiva, lo scopo di redigere un rapporto conoscitivo su detto mercato allo scopo, anche, di assumere iniziative di promozione economica. Inoltre, sempre in favore del turismo, la camera ha provveduto alla stampa di materiale promozionale: guide, mappe, ecc. e ha indetto (1999) due corsi di formazione

professionale per operatori alberghieri, e per assistenti turistici - culturali e un corso per animatore turistico.

2.1.11) Servizio di regolazione del mercato.

Sono presenti nella camera di Sassari:

a) Camera arbitrale. E' stata istituita nel 1989 ma gli organi sono stati insediati nel 1993. Le competenze del Servizio vengono espletate direttamente dal personale camerale. Purtroppo tale istituzione non ha mai svolto alcuna attività
b) Sportello di conciliazione. E' stato istituito nel 1998 e negli anni successivi sono state nominate le commissioni conciliatrici, ultimamente rinnovate nel 2000. Nel periodo 1998 – 2000 le conciliazioni gestite sono state 7 tutte fra imprese e consumatori e nessuna di queste si è conclusa positivamente.

2.2) Finanza camerale.

Viene illustrato brevemente il rendiconto finanziario dell'esercizio 1999, dal quale si deduce che le entrate correnti sono state pari a L. 12,091 mld dei quali L. 11,012 mld da ascrivere ai diritti (diritti annuali e diritti di segreteria). Il totale delle entrate ammonta a L. 18,008 mld. La differenza con le entrate correnti è data da proventi diversi, da riscossioni di crediti e da partite di giro.

Sul versante della spesa, si registra che le spese correnti ammontano a L. 12,555 mld di cui le voci più importanti sono le spese per il personale L. 4,602 mld, le spese per servizi generali, L. 2,658 mld, le spese per quote associative ad organismi del sistema camerale L. 993 mln e iniziative di promozione economica L. 4,931 mld.

Il totale delle spese ammonta a L. 21,241 mld. Il disavanzo di amministrazione dell'anno precedente è stato pari a L. 6,641 mld.

2.3) Azienda speciale.

La camera di commercio di Sassari ha costituito nel 1996 un'azienda speciale indirizzata essenzialmente verso la promozione. L'azienda è denominata "Promocamera". Ha iniziato la sua attività nel 1997.

Opera su tre grandi aree di interventi:

- iniziative strutturali
- attività promozionale
- servizi amministrativi.

Circa la prima area l'azienda provvede alla realizzazione e alla gestione della sede operativa, la sala congressi, la sala videoconferenze, l'aula di informatica; provvede alla loro manutenzione.

Per quanto riguarda l'attività promozionale questa riguarda tutte le azioni di indagine di informazione, di formazione e di supporto rivolte al tessuto economico locale nel suo complesso, svolta anche attraverso la collaborazione con altri organismi. Queste sono alcune delle iniziative realizzate nel periodo 1998 – 1999:

- pubblicazione di indagine sui bisogni di consulenza delle imprese nella provincia
- realizzazione di sportelli informatici in materia di ambiente, credito e eurosportello
- realizzazione di convegni
- gestione dei residui
- gestione di incentivi per il turismo
- nuovi incentivi per il turismo ottenuti con l'estensione della legge n. 488 del 1992

- istituzione dei prestiti d'onore in collaborazione con I.G. s.p.a. (legge n. 608 del 1996)
- ospitalità fornita a terzi per la realizzazione di iniziative di formazione e di informazione a supporto delle categorie economiche
- collaborazione con gli altri organi preposti allo sviluppo del tessuto economico locale e fornitura di accoglienza nella propria sede dello SFIRS, della PRO – MIN e del BIC – Sardegna
- gestione del procedimento per il marchio di qualità per imprese alberghiere. Tale procedimento garantisce la corrispondenza tra le "stelle" attribuite all'esercizio, secondo l'attuale classificazione alberghiera, e il reale contenuto del servizio offerto al cliente
- corsi di formazione per operatori del turismo
- progetto di partenariato Euro – mediterraneo con Tunisia ed Egitto, realizzato con il supporto di Mondimpresa, 15 imprese della provincia di Sassari che si occupano di materiali da costruzione e di sughero sono state selezionale per partecipare ad una missione economica in Tunisia
- sviluppo del progetto SEPRI, attraverso l'insediamento dell'Agente di sviluppo
- realizzazione di convegni, in materia di tutela ambientale e innovazione tecnologica e in materia di igiene degli alimenti
- ospitalità e collaborazione fornita a terzi per organismi di eventi di interesse generale e delle camere (20 convegni), incontri sui censimenti, ecc.

2.3.1) Gestione finanziaria

Nel 1999 le entrate dell'azienda speciale sono state pari a L. 166.940.951 di cui L. 104.641.339 attinenti il progetto SEPRI, L. 54.984.602 per proventi da servizi, L. 5.853.621 per contributi vari.

Le spese, nello stesso esercizio sono state pari a L. 700.714.126 di cui L. 25.861.599 per organi statutari, L. 139.017.972 per spese per il personale, L. 346.877.093 per opere di finanziamento, L. 104.641.639 per progetto SEPRI, ecc.

La differenza fra i ricorsi e le spese è stata coperta in parte mediante un prelevamento da un Fondo di dotazione di L. 500.000.000 conferito all'azienda speciale nel 1996.

3) Camera di commercio di Nuoro.

La camera di Nuoro ha una sede distaccata a Lanusei e dispone di un'azienda speciale (ASPEN – Azienda Speciale Promozione Economica Nuoro), costituita nel 1984.

La camera partecipa a numerosi organismi associativi, alcuni appartenenti al sistema camerale, e altri costituiti per finalità di interesse locale.

Questi ultimi organismi vengono qui raccolti per categorie:

- società gestione infrastrutture aeroportuale n. 1
- organismo di ricerca n. 1
- consorzi industriali, BIC, ASI n. 5
- credito n. 1
- soc. const.le Patti territoriali n. 1
- Banca di Sassari n. 1
- Laboratorio chimico – merceologico della Sardegna società consortile a r.l. n. 1

Come già operato per le altre camere di commercio, l'attenzione verrò concentrata soprattutto sui risultati delle iniziative promozionali, sui servizi di studio e statistica e sui servizi di regolazione del mercato.

3.1) Le attività promozionali.

3.1.1) promozione nuove imprese.

Nel 1998, non è stata intrapresa attività di promozione di nuove imprese. Nel 1999, l'attività risulta effettuata soprattutto dall'azienda speciale ASPEN. L'argomento verrà trattato più avanti, allorché verrà esaminata l'attività della azienda speciale suddetta.

3.1.2) promozione della commercializzazione dei prodotti.

Anche per questo campo di interventi si rimanda all'azienda speciale.

3.1.3) Formazione per l'impresa.

Si rinvia all'attività di ASPEN.

3.1.4) promozione e gestione di infrastrutture

Si rinvia all'attività di ASPEN.

3.1.5) Finanza e credito.

Nel 1999, ma analogamente si è operato nel 1998, la camera di commercio ha erogato contributi finanziari, direttamente alle imprese per più motivi: partecipazioni a fiere e mostre, per la realizzazione di sfilate, per la realizzazione di corsi (si tratta di un consorzio di imprese turistiche).

Nel 1998 e così nel 1999 sono stati concessi contributi al fondo rischi di tre consorzi di garanzia collettiva fidi, operanti nei settori della agricoltura, dell'artigianato e un consorzio intersettoriale.

3.2) Studi statistiche e informazione economica alle imprese.

L'Ufficio statistica della camera di commercio svolge attività di informazione e divulgazione al pubblico.

Le informazioni più richieste, riguardano gli indici dei prezzi al consumo, i prezzi all'ingrosso, le domande di lavoro e professioni (sistema Excelsior), retribuzioni, contratti, costo del lavoro, conti economici nazionali, ecc.

L'ufficio statistica cura le rilevazioni periodiche del Programma Statistico Nazionale fra le quali le più importanti, per l'impegno di unità lavorativa richiesto, sono:

- statistiche dei protesti e fallimenti
- stampa periodica
- prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati
- opere pubbliche – attività edilizia
- consistenza del bestiame e produzione del latte
- consistenza grandi magazzini, ecc.

3.3) Ambiente.

L'ufficio camerale ha provveduto, oltre alla gestione del MUD, anche a svolgere una vasta azione di diffusione delle informazioni alle imprese interessate (circa 600). E' stato organizzato un corso in materia. E' stato inoltre fornita consulenza a circa 190 imprese.

3.4) Promozione delle leggi di incentivazione delle p.m.i.

Non è stato assunta alcuna iniziativa in proposito.

3.5) Turismo.

La camera di commercio ha delegato all'azienda ASPEN il compito di assumere iniziative in favore del turismo.

3.6) Servizi di regolazione del mercato.

La camera di Nuoro non dispone di borse merci o sale contrattazioni, non possiede una camera arbitrale. Aderisce alla società consortile "Laboratorio chimico – merceologico della Sardegna", che ha sede in Elmas, via E. Segre. La quota societaria della camera è pari al 10% del deficit di gestione.

3.7) La gestione finanziaria della camera di commercio di Nuoro.

Esaminando i prospetti riassuntivi del conto consuntivo 1999 della camera si osserva che le entrate per diritti ammontano a L. 5,033 mld di cui L. 4,282 per diritto annuale e L. 751 mln per diritti di segreteria.

Aggiungendo l'entrata della cat. 3^ "Proventi diversi" si raggiunge l'ammontare di L. 5,562 mld che rappresenta il totale del Titolo I "Entrate correnti".

Sul versante della spesa si registrano le uscite per "Servizi generali e istituzionali" (Cat. 1) che ammontano a L. 3,671 mld di cui L. 2,178 quali spese per il personale. Nell'ambito delle uscite della cat. 2^ "Interventi di promozione economica" si registrano spese per l. 552 mln quali quote associative per organismi del sistema camerale e L. 885 mln quali spese per iniziative di formazione e di promozione economica.

Il Titolo I "Spese correnti" ammonta a L. 5,108 mld.

Nel complesso le entrate generali ammontano a L. 6,487 mld e le uscite a L. 6,386 mld. Inoltre è da tener conto che l'ente camerale dispone di un avanzo di amministrazione di L. 9,260 mld.

4) - ASPEN "Azienda Speciale Promozione Economica Nuorese".

Ha iniziato la sua attività nel 1995. E' stata istituita per realizzare pressoché tutte le attività promozionali tipiche dell'ente camerale. Il personale consiste di 1 sola unità con contratto e tempo parziale. Le funzioni di direttore sono svolte dal Segretario generale della camera. Quasi tutto il personale viene comandato, secondo necessità, da altri enti.

La gestione finanziaria dell'azienda speciale si caratterizza (esercizio 1999) per una entrata complessiva di L. 930 mln di cui L. 900 mln quale contributo della camera di commercio e L. 30 mln quali contributi da altri enti.

La spesa ammonta a L. 930 mln di cui L. 600 mln quali spese per attività statutaria, L. 100 mln di spese generali, L. 30 mln. di spese per il personale e L. 200 mln, altre spese.

4.1) Attività dell'azienda speciale.

Organizza mostre di interesse locale come: "Borore offre e produce"; "Baronia oltre il mare di Orosei"; il tour dei vini: Bosa e Oliena e organizza partecipazioni a promozioni nazionali come: Il cuore della Sardegna: Milano, Artigianato in Fiera: Milano.

Nel 1998 ha realizzato una videocassetta promozionale del territorio turistico di Orosei intitolato "Il cuore della Sardegna". Nel 1999 si è ripetuta la partecipazione di imprese del nuorese a "Artigianato in Fiera"; Milano" e sono state organizzate nuove iniziative come il "Porcino d'Oro", Cortes Apertas, BTA.

E' stata organizzata anche una partecipazione a "Salone dei sapori" di Torino.

5) - Camera di commercio di Oristano.

La Camera di Oristano non ha ancora istituiti i propri organi secondo le disposizioni della legge di riforma e ciò a causa di una vicenda giudiziaria, alquanto complessa.

La camera dispone di un'azienda speciale denominata "Sviluppo" istituita nel 1993 e entrata in funzione nel 1994.

Le partecipazioni ad organismi societari, escludendo quelli del sistema camerale, riguardano:

- Partecipazioni ad infrastrutture per la portualità turistica e commerciale	n. 3
- Partecipazioni ad infrastrutture aeroportuali	n. 2
- Partecipazioni a consorzi industriali BIC, ASI	n. 2
- Partecipazioni a Fiere e Mostre	n. 1
- Partecipazioni ad altri organismi di intervento	n. 3
- Partecipazioni ad istituti di cultura e ricerca	n. 1

Anche per la camera di Oristano, come per le altre, l'attenzione verrà posta solo sull'aspetto dell'attività promozionale dei servizi di studio e statistica e di regolazione del mercato.

5.1) – Le attività promozionali.

Si tratta del complesso delle attività e delle iniziative lasciate alla discrezionalità di cui si avvalgono gli amministratori camerali sulla base della norma di riforma delle camere di commercio. Anche per effetto dell'art. 37 del D. Lgs. n. 112 del 1998 le decisioni di tipo promozionale non sono più soggette a vigilanza del Ministero.

5.1.1) Promozione di nuove imprese.

Nel periodo di riferimento la camera ha svolto attività di promozione di nuove imprese. In tal senso ha realizzato autonomamente due seminari e ha fornito agli aspiranti imprenditori servizi di informazione soprattutto nelle agevolazioni offerte dalle varie leggi nazionali.

5.1.2) Promozione per la commercializzazione dei prodotti.

Avvalendosi della collaborazione dell'azienda speciale "Sviluppo" sono state organizzate le partecipazioni alle seguenti manifestazioni:
- n. 9 fiere e mostre in Italia di cui 6 nel settore agro – alimentare
- n. 2 partecipazioni a fiere e mostre in provincia riguardanti il settore agro – alimentare
- n. 7 fiere e mostre fuori provincia di cui 4 nel settore agro – alimentare
- n. 1 concorso per la promozione di produzioni locali.

5.1.3) Internazionalizzazione delle imprese.

Le attività svolte dalla camera concernenti gli scambi con l'estero sono consistite nella erogazione di contributi alle camere di commercio italiano all'estero (per complessivi L. 11 mln).

5.1.4) Formazione per l'impresa.

La camera ha promosso la formazione per l'impresa e per la realizzazione dei fabbisogni formativi e professionali ha utilizzato il sistema Excelsior.

Ha utilizzato tavoli di confronto con associazioni imprenditoriali, organismi sindacali e singole aziende ed ha fornito orientamento al lavoro agli studenti delle scuole medie superiori ad indirizzo professionale.

5.1.5) Supporto all'innovazione.

E' stata svolta attività di informazione in favore di circa 80 utenti, ricorrendo anche a banche dati. L'azienda speciale "Sviluppo" ha collaborato nelle varie attività intraprese.

5.1.6) Promozione e gestione delle infrastrutture.

E' stata sviluppata un'azione di promozione di infrastrutture permanenti per la commercializzazione (fiere, mercati, magazzini generali, e simili). La camera ha partecipato a iniziative del genere anche nell'ambito della manifestazione fieristica internazionale della Sardegna che si svolge a Cagliari.

5.1.7) Finanza e credito.

In questo settore di attività sono state svolte azioni di consulenza sul credito, sono state stipulate convenzioni con il sistema bancario e con i consorzi fidi, sono stati organizzati seminari e congressi- E' stato portato a termine il progetto Eurologo.

La camera nomina propri rappresentanti nei consigli di istituti di credito: Fondazione "Banco Sardegna", Banco di Sardegna ove il rappresentante camerale è rispettivamente membro di giunta e presidente.

Riguardo all'euro sono stati sviluppati programmi di promozione e assistenza (consulenza alle imprese, progetto Eurologo) e sono state portate a termine iniziative per la formazione delle imprese e dei consumatori.

Sui temi della moneta unica sono state coinvolte le organizzazioni di categoria come: Associazione Industriali, API Sarda, CNA, Coldiretti, Adiconsum, Prefettura, Banco di

Sardegna. La camera per organizzare manifestazioni per l'euro ha stanziato sul proprio bilancio la somma di L. 30. mln.

5.1.8) Studi, statistica ed informazione economica alle imprese.

E' stato realizzato il sistema informativo "Excelsior", un progetto coordinato da Unioncamere con il Ministero del Lavoro e l'Unione Europea finalizzato al miglioramento delle conoscenze sull'andamento dell'occupazione nelle imprese e sul relativo fabbisogno di formazione professionale.

Al predetto servizio è applicata 1 unità.

L'ufficio statistico svolge attività di informazione e di divulgazione al pubblico attraverso comunicati stampa, newsletter, Eurosportello, presentando agli Enti locali dati e informazioni e organizzando incontri con istituti scolastici in materia di orientamento al lavoro.

I quesiti all'ufficio statistico vengono posti in via diretta, attraverso telefono e anche attraverso posta elettronica.

I quesiti, come già visto per altre camere, che più frequentemente vengono posti all'ufficio statistico riguardano i prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati, il sistema informativo per l'occupazione, le opere pubbliche, ecc.

5.1.9) Ambiente.

Circa 700 imprese della provincia sono interessate alla denuncia, tramite MVD, dei residui. Verso queste imprese è stata sviluppata un'azione di informazione, sugli strumenti finanziari e sugli aspetti tecnologici della utilizzazione dei residui. Queste attività vengono sviluppate tramite un apposito sportello ambiente.

I settori di attività economica che hanno necessità di assistenza in materia ambientale sono: l'industria, l'artigianato, il commercio e i servizi.

5.1.10) – Turismo.

La camera ha cercato di incidere sul turismo, producendo materiale stampato come depliant, cartine, guide e ha promosso la partecipazione a manifestazioni espositive in Italia, dedicate al turismo. Ha, inoltre, organizzato convegni, seminari e meeting con operatori stranieri.

5.1.11) – Servizio di regolazione del mercato.

a) Commissione di conciliazione. E' stata costituita nel 1999 con la nomina dei conciliatori ed è stato organizzato da apposito ufficio. La Camera ha adottato il regolamento di conciliazione sulla traccia del modello proposto da Unioncamere. La commissione ha curato una sola procedura la quale non si è conclusa positivamente.
b) laboratorio chimico – merceologico. Si tratta di un servizio comune a tutte le camere sarde e di cui si è parlato in precedenza. Il personale del laboratorio è composto da due chimici, due biologi, un tecnico di laboratorio, un impiegato amministrativo. i settori che con più frequenza ricorrono al laboratorio sono: ambiente, agro – alimentare, industria. Il laboratorio offre collaborazione anche a altri laboratori privati, tramite convenzione.

5.1.12) Gestione finanziaria della camera di commercio di Oristano.

Le entrate correnti della camera ammontano a L. 4,556 mld di cui L. 2,560 mld ottenuti dal gettito del diritto annuale e L. 579 mln dai diritti di segreteria.

Le altre entrate correnti ammontano a L. 440 mln. Il totale generale delle entrate ammonta a L. 8,790 mld. Nell'esercizio 1998, si è verificato un disavanzo di amministrazione di L. 361 mln.

Sul versante della spesa si osserva che le spese correnti ammontano a L. 4,470 mld di cui L. 156 mln per organi istituzionali; L. 1,990 mld per spese per il personale, L. 1,150 mld per spese per servizi generali e, quindi, L. 1,176 mld per interventi di promozione economica.

5.1.13) Azienda speciale "Sviluppo".

L'azienda è stata istituita nel 1993. Ha iniziato l'attività nel 1994. Il personale di servizio è costituito da una sola unità a tempo indeterminato.

Svolge attività di partecipazione a fiere e mostre ed incontri commerciali di varia natura fuori provincia e in Italia; ha organizzato una mostra, denominata Mediterranea, su costumi, artigianato, cibi a valenza storico – culturale.

Ha svolto azioni in favore del riconoscimento di denominazioni protette o di indicazioni geografiche (ad esclusione dei vini) per prodotti locali di pregio.

Ha svolto tali attività come in dettaglio viene indicato:

- promozione dei prodotti dell'artigianato con partecipazione a fiere e mostre nazionali ed estere;
- promozione dei prodotti agro – alimentari con la partecipazione a manifestazioni fieristiche specializzate, per operatori nazionali e internazionali;
- assistenza alla stampa specializzata, italiana ed estera, per la realizzazione di articoli e inserti sui prodotti e sulle aziende agro – alimentari in Sardegna;
- collaborazione con associazioni e consorzi di tutela per la valorizzazione dei prodotti agro – alimentari sardi.

L'azienda speciale collabora con il centro estero delle camere di commercio, con le aziende speciali delle altre camere, con Unioncamere regionale oltre che con gli assessorati ed enti regionali, uffici ICE, ecc.

L'azienda funge anche da sportello per gli aspiranti imprenditori, fornendo un insieme coordinato di informazioni e assistenza in grado di coprire un ampio fronte di esigenze.

5.1.14) Gestione finanziaria dell'azienda speciale.

Il conto consuntivo dell'esercizio 1999, mostra entrate per L. 509 mln di cui L. 488 mln quale contributo camerale e L. 20 mln come contributi di altri organismi.

Sul fronte della spesa generale, che pareggia con l'entrata, si registrano spese per attività statutarie per L. 343 mln, spese generali per L. 87 mln, spese per il personale per L. 48 mln e infine, altre spese per L. 37 mln.

6) Unione regionale delle camere di commercio della Sardegna.

Raggruppa tutte le camere di commercio dell'isola ed è stata istituita nel 1981.

Si è attribuita l'organizzazione generale e gli organi statutari di cui alle direttive ministeriali emanate nel 1996. Consta di quattro dipendenti fra cui un dirigente, un addetto alla contabilità e due unità addette ai servizi alle imprese.

Gli ambiti di attività dell'Unione sono i seguenti:

- coordinamento dell'attività delle camere
-
- rappresentazione delle camere di commercio a fronte di organismi regionali
- promozione diretta di attività economiche regionali
- promozione e/o partecipazione alla gestione di infrastrutture
- formazione
- ricerche economiche e sociali
- assistenza e consulenza agli enti locali della regione in materia di gestione di iniziative in favore delle economie locali.

Unioncamere realizza il rapporto funzionale fra la Regione Autonoma della Sardegna, e le camere di commercio soprattutto nei seguenti ambiti: attività legislativa regionale, industria, commercio interno, infrastrutture, ambiente, studi e ricerche.

L'Unione intrattiene rapporti di collaborazione con gli enti strumentali della regione: ERSAT per l'agricoltura e ESIT per il turismo.

6.1) Gestione finanziaria dell'Unione.

Nel 1999, esaminando il bilancio preventivo, si osserva che le entrate ammontano a L. 668 mln costituite interamente da contributi delle camere di commercio.

Dall'esercizio precedente non proviene ne' avanzo, ne' disavanzo di gestione.

Fra le spese, il cui totale pareggia con le entrate, si osservano spese per amministrazione pari a L. 140 mln, spese per il personale L. 380 mln, spese per lo sviluppo economico regionale L. 131 mln.

Regione Abruzzo.

La Regione Abruzzo ha rimesso la propria relazione con nota n. 1710/C del 27.6.2002 in riferimento alla richiesta dello scrivente prot. n. 505181 del 16.5.2002.

Il sistema camerale abruzzese si divide su un territorio regionale che ha tutt'altro che risolto i propri problemi di ritardo strutturale e di difficoltà sociale oltre che economica. L'economia regionale ha fatto registrare negli ultimi anni (in particolare dal 1980 in poi) un processo di crescita accelerata, tale da condurla a superare la soglia del livello di reddito pro-capite individuato dalla Commissione europea per l'inclusione fra le regioni dell'Obiettivo uno. Altresì, detta Regione continua a presentare squilibri interni assai sensibili in quanto lo sviluppo è stato forte lungo la direttrice adriatica, ma molto minore nelle aree interne, con tassi di disoccupazione elevati e particolarmente preoccupanti, e problemi tipici di aree in ritardo strutturale e in via di sviluppo.

In questo scenario opera con risultati alterni il sistema camerale abruzzese, che svolge, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza che coincide con quelle delle quattro province di Pescara, Chieti, Teramo e L'Aquila, funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali del sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali.

1) Unione Regionale delle Camere di commercio d'Abruzzo.

Ha sede presso la Camera di commercio di Teramo – Via Savini, 50 – 64100 Teramo, tel. 0861-335212.
L'Unione esercita in primo luogo funzioni di indirizzo, coordinamento e rappresentanza nella disanima e definizione delle diverse tematiche interessanti il sistema camerale abruzzese con prevalente riferimento a quelle inerenti i rapporti con l'ente regione.

Unione Regionale commercio interno.

Ha sede presso la Camera di commercio di Chieti – P.za G.B. Vico, 3 – 66100 Chieti, tel. 0871-330842.
Il Centro Regionale commercio interno è un organismo teso allo studio dei problemi inerenti la situazione delle imprese e l'adozione di iniziative mirate a favorire la commercializzazione dei prodotti abruzzesi.

Centro Regionale commercio estero.

Ha sede presso la Camera di commercio di Pescara – P.za Unione, 13 – 65100 Pescara, tel. 085-4511299 – 65404.
Il Centro Regionale per il commercio estero è un organismo che attua iniziative mirate allo sviluppo dei rapporti commerciali con altri paesi sia essi comunitari che extracomunitari.

2) CRESA – Centro studi e ricerche economico sociali.

Ha sede presso la Camera di commercio de L'Aquila – Corso V. Emanuele, 112 – 67100 tel. 0862-25335.
Il CRESA svolge studi, indagini e ricerche sull'economia della Regione e sulle prospettive di sviluppo anche per conto delle Camere aderenti e di altri enti pubblici.

3) Camera di commercio di Pescara.

Sede principale: Pescara Via Conte di Ruvo, 2 – tel. 085-45361
Sede distaccata: P.za Luca da Penne –Vico Caponetti- tel. 085-8210426
Servizio decentrato telematico "Anagrafico-certificativo" – *Telemaco:*
c/o Comune di Montesilvano P.za Diaz – tel. 085-4481264

Borsa Merci.

Presso la Camera di commercio di Pescara, con DPR datata 27.1.1963, è stata istituita la Borsa Merci che è il luogo di incontro per lo svolgimento delle contrattazioni di merci, prodotti e servizi che possono formare oggetto di scambio, esclusi i beni le cui negoziazioni, in base alle disposizioni vigenti, si svolgono presso le Borse valori.
Alla Borsa merci, che si tiene ogni lunedì non festivo della settimana dalle ore 9,00 alle ore 13,00, di norma accedono gli operatori interessati e vengono trattati i seguenti prodotti: cereali, oli, vini e bestiame da allevamento e da macello. Al termine delle operazioni di Borsa, apposite commissioni di esperti, nominate dalla Giunta camerale, formulano un Listino prezzi

delle merci trattate, che viene successivamente stampato e distribuito ai mass-media, agli abbonati ed agli enti che ne fanno richiesta.

Camera arbitrale.

La Camera arbitrale di Pescara è stata costituita con il concorso della C.C.I.A.A. e degli Ordini professionali degli avvocati, commercialisti e ragionieri per offrire ad ogni singolo cittadino e, in particolare agli imprenditori, maggiori possibilità di evitare vertenze giudiziarie, di comporre quelle in corso o di conseguirne la giusta, sollecita, economica e rassicurante definizione. Si vuole passare da una "cultura della giurisdizione" alla "cultura della conciliazione".
Per facilitare l'uso della clausola compromissoria e del compromesso, la C.A.P. ha redatto schemi delle ipotesi più correnti, illustrando le caratteristiche di ogni istituto, secondo la definizione data dalla Suprema Corte di Cassazione, ad evitare che una formulazione non sufficientemente chiara ed univoca determini nullità o invalidità formali.

Aziende speciali.

Azienda speciale per l'innovazione e la promozione (ASIP) ha sede in via Conte di Ruvo, 2 65100 Pescara tel. 085-61207.
L'ASIP è stata istituita per promuovere e supportare il sistema delle imprese e delle economie locali. E' dotata di una organizzazione capace di strutturarsi ed adeguarsi efficacemente alle varie necessità dell'imprenditore, proponendo servizi competitivi ed a costi contenuti.
E' punto della "Rete degli sportelli informativi ad indirizzo tecnologico" creata dalle Camere di commercio.
Fornisce informazioni e supporto su:

1. normativa vigente (direttive e regolamenti comunitari riguardanti la marcatura CE dei prodotti);
2. normativa volontaria (norme tecniche di enti nazionali ed internazionali);
3. sistema qualità (iter certificativo ed organismi normativi);
4. laboratori di prova (riferimenti di laboratori accreditati e non);
5. brevetti comunitari ed internazionali.

E' anche "Punto UNI" (ente nazionale di unificazione) e, presso la propria sede, ne rende disponibili, per consultazione, tutti i prodotti editoriali, trasmettendo anche eventuali ordini di acquisto alla sede centrale.
E', in Abruzzo, "Sportello APRE" (Agenzia per la promozione della ricerca europea) per la promozione dei programmi comunitari di ricerca e sviluppo tecnologico R&ST. Lo sportello svolge azioni formative di stimolo alle PMI per favorire la loro partecipazione ai programmi comunitari di R&ST. Svolge inoltre una funzione di intermediazione tra il mondo imprenditoriale e quello scientifico per lo sviluppo di forme di cooperazione transnazionale.
L'ASIP in Abruzzo e in Molise è "Punto ISES" (international solar energy society) che promuove e diffonde le nuove tecnologie nel campo delle fonti energetiche rinnovabili, per lo sviluppo sostenibile, del territorio e per il risparmio energetico.
Risulta, inoltre, essere uno dei 220 punti in Europa della rete degli EURO INFO CENTRE operando quale intermediario diretto con l'UE. Il punto EIC si inserisce in un network che cura la diffusione di informazioni e le rende disponibili su:

- finanziamenti comunitari, nazionali e regionali;
- legislazione comunitaria e di attuazione;

- gare di appalto comunitarie ed internazionali;
- politiche comunitarie;
- moneta unica;
- opportunità di cooperazione tra le PMI.

Azienda speciale laboratorio chimico merceologico.

Il laboratorio chimico merceologico ha sede presso la Camera di commercio di Pescara in via Conte di Ruvo, 2 - 65100 Pescara tel.085-4536275.
Il laboratorio è stato costituito nel 1993 ed è dotato di una buona attrezzatura e di ottime apparecchiature particolarmente qualificanti.
Collabora con enti di ricerca, altri laboratori italiani o esteri, per l'analisi di igiene alimentare ed ambientale con riconoscimenti del Ministero delle finanze per le analisi e per la distillazione dei vini. Il laboratorio opera in collegamento con la Cattedra di igiene della facoltà di medicina e chirurgia dell'Università degli studi Gabriele D'Annunzio di Chieti.
Le aree operative di prova sono: acque, ambiente, grassi olii e paraffine, mangimi e alimenti per animali, terreno, alimenti e prodotti alimentari, fertilizzanti, inquinamento acque, rifiuti e prodotti da trattamento rifiuti.

Azienda speciale servizi turismo-ambiente-territorio – STAT.

L'azienda speciale STAT ha sede presso la Camera di commercio di Pescara in via Conte di Ruvo, 2 - 65100 Pescara tel. 085-45361.
La STAT opera secondo le norme del codice civile, è dotata di autonomia amministrativa, contabile e finanziaria. Svolge attività di interesse pubblico e non persegue fini di lucro.
Ha per scopo la diffusione dell'innovazione e la formazione nei settori del turismo e dell'ambiente attraverso l'attivazione di progetti/formazione imprenditoriale e di tecnica/promozionale, nonché partecipazioni ad attività di ricerca, studio, monitoraggio e diffusione dei risultati tenuti da un osservatorio turistico e ambientale sulle politiche finanziarie europee, nazionali e regionali.
Attualmente collabora nella realizzazione e nella gestione del Patto Territoriale per lo sviluppo integrato del comprensorio pescarese.

Azienda speciale porto turistico.

L'azienda speciale porto turistico ha sede presso la Camera di commercio di Pescara in via Conte di Ruvo, 2 - 65100 Pescara tel. 085-45361.
Promosso e gestito dall'azienda speciale, il Marina di Pescara è una realizzazione imponente, dotata di tutti i comfort, 850 posti barca estensibili a 1000 dai 6 ai 30 metri, servizio di pulizia e impianto riciclo acque potabili e non, ormeggio con corpo morto, assistenza nelle 24 ore, telefoni in banchina, docce, toilettes, 4 scivoli di alaggio.
Situato al centro dell'adriatico, il Porto turistico di Pescara rappresenta un caposaldo nella comunicazione marittima e diportistica verso i paesi dell'est anche grazie alla vicina presenza dell'aeroporto regionale, importante collegamento verso scali internazionali. Inoltre, nel porto è possibile usufruire dei servizi del "Marina shopping", un centro commerciale creato e modellato sulle esigenze del diportista. Per gli anni che vanno dal 1990 al 1998 l'azienda speciale porto turistico ha ottenuto l'ambito riconoscimento "Bandiera blu d'Europa".

4) Camera di commercio di Teramo.

La Camera di commercio di Teramo ha sede in via Savini, 48/50 – 64100 Teramo tel. 0861-3351.

Azienda speciale per la promozione e valorizzazione delle attività economiche della provincia di Teramo – APVAE.

Questa azienda è attiva dal 1990 ed opera principalmente nel settore della formazione professionale. Rientrano tuttavia tra le attività istituzionali l'organizzazione di convegni, seminari e pubbliche manifestazioni. E' attiva, altresì, nella diffusione di informazioni economiche e di nuove tecnologie alle imprese dei più diversi settori economici della provincia. Inoltre, rebde servizi alla stessa Camera di commercio di Teramo in alcune attività di sportello, quali la ricezione del modello unico di dichiarazione ambientale, la ricezione delle domande sugli incentivi fiscali, nell'attività di archiviazione ottica oltre che alla gestione del servizio di biblioteca.

Credito alle imprese.

E' una iniziativa diretta a favorire il ricorso a fonti di finanziamento esterne alle piccole e medie imprese della provincia. Essa si estrinseca essenzialmente nel riconoscere l'abbattimento del tasso d'interesse richieste dalle banche creditrici.
L'iniziativa ha interessato i settori del commercio, turismo, artigianato, agricoltura e pesca.

Contributi per la certificazione di qualità.

Si tratta di una iniziativa innovativa per la Camera di commercio di Teramo con la quale si è voluto venire incontro alle esigenze delle imprese del settore industriale maggiormente interessate all'ottenimento della certificazione di qualità dei prodotti. L'intervento si è tradotto in un contributo alle spese sostenute dalle imprese.

Mostra sull'economia agricola.

Trattasi di una iniziativa volta a favorire lo sviluppo di alcuni settori dell'economia agricola nelle sue forme più diffuse: agriturismo, turismo montano e commercializzazione dei prodotti agricoli.

Consorzio produzioni intensive.

Trattasi di un consorzio al quale la Camera di commercio partecipa sin dal 1986 che ha tra gli scopi prioritari lo studio di programmi di difesa delle produzioni agricole intensive della provincia. I settori interessati sono stati quelli ortofrutticoli e vitivinicoli teramani che rappresentano una grossa percentuale del fatturato agricolo locale.

Ente porto di Giulianova.

La Camera di commercio di Teramo ha creato con la partecipazione di Comuni ed enti vari l'Ente porto di Giulianova per la valorizzazione dell'unico approdo turistico-commerciale della provincia avente una valenza nazionale.

La quota annuale di lire 50.000.000 della Camera, unitamente alle quote degli altri enti, oltre ad essere una insostituibile necessità di finanziamento, rappresenta un apporto adeguato per lo sviluppo e potenziamento del porto.

Consorzio centro fieristico del mobile.

Costituito dalla Camera di commercio di Teramo e dal comune di Mosciano Sant'Angelo il consorzio ha avuto come finalità la realizzazione di una struttura fieristica da utilizzare per la promozione delle produzioni del settore del legno e del mobile.

Mostra dei vini di Montepagano.

La mostra ha lo scopo di promuovere uno dei settori dell'economia teramana (viticoltura DOC) che rappresenta nel mondo il fiore all'occhiello dell'agricoltura locale.

5) Camera di commercio di Chieti.

La Camera di commercio di Chieti ha sede in piazza G.B. Vico, 3 -66100 Chieti tel. 0871-354307.
Le sedi distaccate si trovano presso i comuni di Vasto e Lanciano.
Tra le attività svolte nel corso degli anni 1998-1999 la Regione Abruzzo ha evidenziato quelle del Registro imprese, dell'Ufficio studi, dell'Ufficio statistica, prezzi e protesti e la Camera di conciliazione e tutela del consumatore.

Ufficio Registro Imprese.
L'ufficio ha svolto nel biennio 1998-1999:

- ricezione domande di iscrizione, modifiche e cancellazioni;
- controllo documentazioni presentate;
- inserimento nel sistema informatico;
- rilascio elenchi distinti per categoria;
- fornitura di notizie e informazioni sulle varie procedure in materia di Registro Imprese;
- annotazione iscritti all'Albo artigiani;
- notificazione processi verbali di accertamento per ritardata o omessa denuncia al REA;
- in conformità all'art. 2, lett. e), del DPR 581/95, bollatura e numerazione dei libri sociali di soggetti iscritti nel Registro Imprese.

Ufficio studi.
L'Ufficio ha curato la redazione e la veste grafica dei numeri della rivista camerale, partecipando attivamente alla scaletta degli argomenti e alla correzione delle bozze. Ha collaborato con l'Ufficio statistica nel portare a termine la fase del "Censimento intermedio industria e servizi".

Ufficio statistica, prezzi e protesti.
L'Ufficio ha il compito di procedere alla rilevazione, elaborazione, diffusione e archiviazione dei dati statistici. Inoltre ha provveduto alla revisione e all'aggiornamento della rilevazione sui prezzi dei prodotti agricoli e sull'attività edilizia.

L'Ufficio protesti, ai sensi della legge 12.2.1955, n. 77, ha provveduto alla pubblicazione dell'elenco ufficiale dei protesti cambiari per mancato pagamento nonché alla pubblicazione delle dichiarazioni di avvenuto pagamento in conformità della legge cambiaria.
L'Ufficio prezzi ha predisposto mercuriali e listino dei prezzi in armonia con le disposizioni dell'art. 1447 del codice civile che regola i casi in cui i contraenti non abbiano determinato il prezzo del bene oggetto del contratto.

Camera di conciliazione e tutela del consumatore.
La Camera di commercio di Chieti in ottemperanza alla legge 580/93 e alla legge 192/98 sulla subfornitura che prevede la conciliazione obbligatoria in caso di controversie prima del ricorso al Giudice ordinario, ha istituito la Camera di conciliazione e ha adottato 2 regolamenti di conciliazione rispettivamente per le controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti e un regolamento per le controversie in materia di subfornitura.

6) Camera di commercio de L'Aquila.

La Camera di commercio de L'Aquila ha sede in C.so V. Emanuele, 86 –67100 L'Aquila tel. 0862-6671.

La Camera di commercio de L'Aquila nel biennio 1998-1999 ha lavorato in stretta collaborazione con numerose strutture economiche del territorio a completamento ed integrazione dei propri servizi, mediante collegamento in rete con le altre articolazioni del sistema camerale abruzzese e nazionale. I suddetti collegamenti sono in atto con:

- l'Unione italiana delle camere di commercio;
- l'Unione regionale delle camere di commercio;
- il Centro regionale per il commercio interno;
- il Centro estero regionale delle camere di commercio;
- il CRESA;
- la Società consortile delle camere di commercio per la promozione, l'assistenza e la formazione (ASSEFORCAMERE);
- l'Agenzia "Lane d'Italia";

Ai suindicati soggetti vengono versati contributi associativi annuali.

Inoltre la Camera di commercio de L'Aquila partecipa ai seguenti organismi:

- SAGA spa – Pescara (Società abruzzese gestione aeroporti);
- Autostrade dei parchi spa – Roma;
- Consorzi nuclei industriali L'Aquila – Avezzano e Sulmona;
- METEORA spa – Roma;
- METAM spa – Pescara.

La Camera di commercio de L'Aquila oltre a due sedi nel capoluogo, ha attivato in Avezzano e Sulmona degli uffici distaccati per consentire una migliore funzionalità dei servizi offerti da parte degli operatori sull'intero territorio provinciale.
Ha proceduto all'istituzione di due aziende speciali: l'ISFOP – "Istituto per la formazione e la programmazione economica" e lo IAQ "Istituto abruzzese per la qualità", che gestisce il laboratorio chimico merceologico ubicato nel nucleo industriale di Bazzano.

Repertorio Atti n. 1617 del 6 febbraio 2003

Presidenza del Consiglio dei Ministri

SEGRETERIA DELLA CONFERENZA PERMANENTE
PER I RAPPORTI TRA LO STATO LE REGIONI
E LE PROVINCE AUTONOME

CONFERENZA STATO-REGIONI

Seduta del 6 febbraio 2003

OGGETTO: Relazione generale sulle attività delle Camere di commercio e loro Unioni regionali prevista dall'articolo 37, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112.
Parere, ai sensi dell'articolo 37, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112.

LA CONFERENZA PERMANENTE PER I RAPPORTI TRA LO STATO, LE REGIONI E LE PROVINCE AUTONOME DI TRENTO E DI BOLZANO

VISTO il decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, recante la "Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano e unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province e dei comuni, con la Conferenza Stato-città ed autonomie locali";

VISTO l'articolo 37, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112 il quale dispone che il Ministero delle attività produttive, sentita la Conferenza Stato-Regioni, presenti ogni anno al Parlamento una relazione generale sulle attività delle camere di commercio, industria, artigianato ed agricoltura;

VISTA la nota protocollo n. 131 del 15 gennaio 2003 con la quale il citato Dicastero ha inviato la relazione in argomento, che si riferisce agli anni 1998 e 1999, redatta sulla scorta delle relazioni trasmesse dalle Regioni, la quale è stata inoltrata a queste ultime per l'esame ed eventuali osservazioni;

CONSIDERATO che, nel corso dell'odierna seduta di questa Conferenza, le Regioni e le Province autonome hanno espresso parere favorevole in ordine alla relazione in parola;

esprime parere favorevole

ai sensi dell'articolo 37, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112 in ordine alla relazione generale sulle attività delle Camere di commercio e loro Unioni regionali, prevista dal citato articolo 37, inviata, con nota protocollo n. 131 del 15 gennaio 2003, dal Ministero delle attività produttive.

Il Segretario
Dr. Riccardo Carpino

Il Presidente
Sen. Prof. Enrico La Loggia