

- indagine sui costi per i servizi pubblici sostenuti dalle imprese. Questo argomento è arrivato alla terza edizione. Il lavoro si svolge attraverso la diffusione di un questionario di rilevazione inviato a circa 14.000 imprese. Il lavoro di rilevazione è stato assegnato per incarico ad operatore esterno.
- emersione del lavoro irregolare. L'art. 78 della legge 448 del 1998 prevede un ruolo attivo a livello locale delle camere di commercio quali sedi di commissioni per l'emersione del lavoro irregolare con compiti prevalentemente di analisi economica e di approfondimento di servizi finalizzati all'emersione. Per raggiungere lo scopo è necessario il monitoraggio, il coordinamento e l'animazione delle diverse iniziative che si sono sviluppate al livello provinciale e regionale per la costituzione e l'avvio delle commissioni previste dalla legge 448.

Ulteriori attività di studio di Unioncamere è rappresentato dal sistema informativo Excelsior il quale dal 2000 viene svolto con un altro progetto. Gli scopi del sistema Excelsior sono noti. Il suo sviluppo si avvale del finanziamento al 100% del fondo sociale europeo e del fondo di rotazione nazionale.

Oggi Excelsior rappresenta una delle più importanti fonti di informazione sulla domanda di lavoro e sui fabbisogni espliciti da parte delle imprese di profili professionali. Inoltre Excelsior è in grado di fornire indicazioni dettagliate sull'andamento congiunturale del mercato del lavoro.

4.6 – L'attività legislativa ed il sistema camerale.

Nel 2001, come nel precedente esercizio l'attività legislativa si è sviluppata tramite rapporti con il parlamento, con il Governo, con i Ministeri e la presidenza del Consiglio dei Ministri. In modo particolare un importante filone di lavoro è rappresentato dalla conferenza Stato- regione.

Nel periodo di riferimento si deve segnalare l'apporto a leggi in caso di approvazione, in alcune delle quali è previsto pure il coinvolgimento dell'Unione.

A questo proposito si ricorda la legge sulla regolazione dei mercati collegata alla manovra finanziaria 2000. Alcuni emendamenti apportati a questo provvedimento vedono applicarsi anche agli agricoltori il principio della pubblicità legale del registro imprese.

Nel 2001 è stato approvato un D.P.R. con il quale si riforma la modalità di calcolo degli emolumenti e dei gettoni di presenza per gli organi camerali.

L'Unioncamere ha collaborato anche con alcuni emendamenti sensibilizzando il legislatore sulla valorizzazione del settore fieristico attraverso la razionalizzazione di alcune disposizioni che interessano le camere di commercio.

Altri provvedimenti importanti, riguardano i protesti, la ricostruzione dell'area balcanica, la internazionalizzazione e sviluppo delle esportazioni, la legge finanziaria per il 2001, il campo ambientale ecc. Per ognuno dei relativi provvedimenti l'Unioncamere ha fornito proposte di emendamenti ed ha sensibilizzato i relativi organi normativi.

4.7 – Politiche di settore, ambiente ed infrastrutture.

Per quanto riguarda il settore ambiente l'Unioncamere ha fornito, in collaborazione con Ecocerved un'azione tendente all'aumento delle dichiarazioni attraverso il modello MUD trasmesso per via telematica. Nei riguardi delle imprese agricole ed agroalimentari è stata dedicata l'attività di promozione con la realizzazione della edizione annuale del premio Ercole Oliario e del premio Marco Polo dedicato ai vini a denominazione di origine.

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

Oggetto dell'attività in questo settore è stato in particolare il progetto Sepri che costituisce la sintesi di una indagine sulle imprese con il fine di aiutare le stesse ad affrontare i propri punti di debolezza.

Un altro argomento di notevole importanza è rappresentato dalla promozione della informazione e della assistenza sul sistema del finanziamento agevolato a favore delle imprese nelle aree obiettivo 1.

4.9 – Assistenza alla globalizzazione.

L'Unioncamere ha collaborato con le camere di commercio sul tema in esame attraverso lo sviluppo di un progetto ammesso a finanziamento del fondo di perequazione al quale hanno aderito 82 enti camerali. Il progetto prevede l'istituzione di un sito internet che ha realizzato l'aspetto telematico della rete degli sportelli. Contemporaneamente è stata realizzata una campagna di carattere promozionale.

Molte camere di commercio sono state interessate dalle intese col Ministero del commercio estero e con le regioni per la realizzazione degli sportelli di internazionalizzazione.

Nel 2000 sono partite alcune iniziative, in materia poi continuate anche nel 2001. Queste iniziative riguardano la gestione di net-work, uno studio sulle prospettive del mercato internazionale per alcuni prodotti di nicchia. Ulteriori iniziative hanno riguardato la stesura di accordi con il Ministero del commercio estero, Unioncamere, ICE e Assocamere.

Ben strutturato appare il programma di incentivo alla globalizzazione e non è possibile riferire tutti gli aspetti operativi.

4.10 – Attività dell'Istituto Nazionale distribuzione e servizi.

Merita un richiamo anche l'attività dell'INDIS che rappresenta un punto di riferimento della attività di studio del sistema camerale. Nell'esercizio di riferimento l'INDIS ha svolto un progetto di ricerca sulle opportunità di affari delle nostre piccole e medie industria non specifico riferimento ai prodotti agroalimentari.

La ricerca ha interessato 20 paesi nel mondo. Si ritiene importante richiamare l'attività di osservatorio regionale di un modello innovativo di analisi sulle abitudini di acquisto dei consumatori e sulla evoluzione della rete distributiva.

E' stato affrontato, anche il problema con l'ausilio di INTEC, il sistema dei laboratori camerali, il problema dell'applicazione di un disciplinare per l'uso di un marchio collettivo per la certificazione delle carni bovine.

Inoltre INDIS ha collaborato a studi come quello riguardante le borse merci, lo sportello telematico, la riforma del commercio la rilevazione sui centri commerciali ecc.

Capitolo 5 – Le funzioni di regolazione del mercato.

Il sistema camerale dispone di 69 camere arbitrali che hanno gestito nel 2000, 236 arbitrati per 32.332 ore di lavoro. Inoltre il sistema dispone di 102 camere di conciliazione, che nel 2000 hanno gestito 696 procedure di conciliazione.

Mediante ogni procedimento conciliativo riguardava un valore di circa 66 milioni di lire.

5.1 – La rete delle camere arbitrali.

Nell'anno di riferimento il sistema camerale ha rinnovato, potenziato e ulteriormente valorizzato i servizi arbitrali. La promozione si è avvalsa di specifiche informative.

E' stata promossa pure la sinergia tra camere arbitrali che hanno lavorato per la messa in comune e la condivisione delle esperienze.

Gli arbitrati amministrati manifestano un trend di crescita rispetto agli anni precedenti. L'Unioncamere ha sostenuto tramite il fondo perequativo e dal punto di vista scientifico gran parte delle iniziative di promozione, informazione e formazione che le camere di commercio hanno realizzato sui temi dell'arbitrato.

Da parte loro molte camere di commercio hanno realizzato autonomamente iniziative promozionali del servizio arbitrale attraverso l'organizzazione di convegni, di seminari, la stampa di brochure informative, inserzioni su quotidiani ecc.

5.2 – L'attività conciliativa.

Nel periodo 1996 – 2000 sono state gestite complessivamente 1.554 conciliazioni di cui 416 relative a controversie nascenti da rapporti tra imprese e 1.118 controversie in materia di consumo.

Le controversie sono salite a 696, la maggior parte delle quali relative a rapporti tra imprese e consumatori. Allo scopo di migliorare sul piano scientifico gli strumenti della giustizia alternativa in materia di conciliazione sono stati stipulati accordi di collaborazione con Unioncamere e con Isdaci allo scopo di sviluppare la cultura arbitrale e conciliativa, di migliorare la qualità dei servizi offerti dalle camere di commercio, di realizzare approfondimenti scientifici necessari sulle tematiche connesse all'arbitrato ed alla conciliazione.

L'accordo permette anche di individuare e promuovere forme adeguate di sostegno e di supporto alle camere di commercio ed alle proprie strutture.

L'accordo predetto ha anche il fine di sollecitare le opportune iniziative legislative finalizzate a conferire maggior sviluppo agli strumenti della giustizia alternativa.

5.3 – La conciliazione realizzata on-line.

Nella conferenza di Lisbona del 5 e 6 maggio 2000 organizzata dalla Unione Europea è stato lanciato il progetto per la costituzione di una rete europea per la soluzione di conflitti di consumatori.

L'Unione Europea quindi ha assunto un atteggiamento favorevole alle soluzioni extragiudiziali per la gestione dei conflitti commerciali, in considerazione di crescenti difficoltà per la giustizia ordinaria. Il coordinatore del progetto per la diffusione del sistema di conciliazione on-line a livello europeo è risultato euro-chambre in collaborazione con partners della Germania, del Belgio, della Svezia e della Spagna.

5.4 – Il rapporto consumatori e utenti.

L'ingresso della rappresentanza delle associazioni dei consumatori nei consigli camerali ha rappresentato per le camere di commercio una esperienza innovativa di rilievo, che ha indotto il sistema a valorizzare il ruolo e le esperienze maturate dalle associazioni dei consumatori nella soluzione delle controversie, in particolare di quelle d'interesse collettivo.

E' stato necessario anche promuovere il servizio di conciliazione delle controversie in materia di consumo offerto dalle camere di commercio.

5.5 – I contratti tipo e le clausole abusive.

Nel corso del 2001 molte camere di commercio hanno promosso iniziative per la predisposizione di contratti tipo prendendo in considerazione i settori: agroalimentare, lavanderie, immobiliare, manutenzione di caldaie, riparazione di elettrodomestici, subfornitura, agenzie di viaggio, locazione e noleggio, imbarcazioni da diporto.

Una apprezzata opera è stata svolta dalle camere di commercio in materia di clausole abusive, inserite nei contratti. L'azione delle camere di commercio non è quello dei preliminari all'azione giudiziaria, ma piuttosto quello di porre a disposizione degli operatori e dei consumatori strumenti di conoscenza per prevenire la nascita del contenzioso.

Alle camere di commercio questo ruolo appare congeniale per autorevolezza, indipendenza e terzietà.

Capitolo 6 – Le camere di commercio come fonte d'informazione economica.

Il sistema informativo costituito dalle camere di commercio presenta rilevanti dimensioni che possono essere apprezzate da pochi ma significativi dati.

7.600 stazioni di lavoro sono collegate in rete, circa 12.000.000 di visure risultano rilasciate nel 2000, 2.900.000 di certificati sono stati rilasciati nel 2000, 653.000 interrogazioni sui protesti nel 1999.

Nel 2001 ha completato il suo iter il decreto per la semplificazione amministrativa che di fatto introduce l'uso della firma digitale nel contesto del registro delle imprese. Il servizio informatico del sistema camerale. Infocamere si è qualificato nell'aprile 2000 come ente certificatore riconosciuto dall'AIPA.

Inoltre, Infocamere ha sviluppato nuove competenze sulle tecnologie Internet e servizi di interazione tra diversi sistemi informatici.

Nel 2001 il sistema camerale registra un minor ricavo per la fornitura di servizi e di documenti relativi al registro imprese.

La riduzione dei ricavi, dovuta alla riduzione dei diritti ha compensato l'incremento dovuto allo sviluppo dei nuovi servizi (Telemaco, firma digitale, servizio metrico). In generale si assiste a un calo progressivo della domanda dei certificati, mentre aumenta ancora, ma lievemente, (3,4%) il numero delle visure astratto presso le camere.

6.1 – Il programma della soddisfazione del cliente.

La rilevazione sul tema conclusasi nel gennaio 2001 ha evidenziato un miglioramento degli indici per ogni segmento di cliente. Si tratta del risultato di un'ampia rilevazione mediante questionari.

I miglioramenti più significativi nell'ambito della pubblica amministrazione riguardano le camere di commercio il cui apprezzamento oscilla in un campo variabile tra 6,42 e 6,73.

Si tenga conto che a livello internazionale l'indice di soddisfazione ritenuto accettabile oscilla tra 7,7 e 8.

Per la pubblica amministrazione in generale il miglioramento della soddisfazione del cliente è dovuto all'accesso dei dati via Iorba e Internet.

6.2 Registro imprese

Nel corso dell'anno l'impegno per la gestione del Registro si è stabilizzato, sia pure con un lieve decremento (*Es: Iscrizioni e modifiche nel R.I. pari a 2,6 Mil. a fronte dei 2,6 dell'anno precedente, mentre i certificati sono diminuiti da quasi 4 Mil. a 3,3*).

Importante lo sviluppo e la funzionalità del R.I. anche nella verifica dei dati, mediante il controllo incrociato con le informazioni gestite dal Ministero dell'Interno, ai fini del rilascio dei certificati antimafia.

Significativa anche l'introduzione del sistema *Telemaco* per lo scambio di comunicazioni sicure tra la rete camerale ed interlocutori professionali singoli ed associati.

Riguardo agli *archivi locali*, nel 2000 è stata raggiunta la totalità di attivazione in tutte le Camere 6 Mil. sono state le pratiche del R.I. archiviate negli archivi locali delle Camere, per un totale di circa 80 Mil. di immagini ottiche relative a soli documenti relativi al Registro.

6.3. Collegamenti con la P.A.

Rilevante è stato il potenziamento delle interconnessioni operative del sistema camerale e del R.I. in particolare con la Pubblica Amministrazione. Del 150% è stato l'aumento delle operazioni della P.A., rispetto al 1999 grazie anche alle nuove normative sulla semplificazione delle procedure, che hanno consentito un più diretto scambio di informazioni tra Amministrazioni e facilitato l'acquisizione di notizie.

Corollario di tale quadro tecnologico avanzato è rappresentato dai *nuovi servizi* come il portale *infoimprese.it* o il servizio *Ulisse* che ha consentito l'estrazione di oltre 16 Mil. di elenchi per un totale di circa 11 Mil. di nominativi.

Cap. 7 Le azioni per l'internazionalizzazione

Il consolidamento dell'e-business e della net economy hanno profondamente modificato, consolidandone tuttavia le modalità di relazione, il concetto di internazionalizzazione dando nuovo impulso agli interscambi non più solo limitati a quelli di beni ma ad investimenti diretti, accordi tecnico-produttivi e commerciali con l'estero, ecc.

L'articolazione della rete italiana nel mondo trova nelle Camere di commercio italiane all'estero uno dei punti di forza per i rapporti con l'Italia, proprio per la loro natura e la loro composizione, che consentono una più efficace penetrazione nella realtà locale dell'intero sistema Italia.

Allo sviluppo di tale processo di internazionalizzazione hanno contribuito in modo sostanziale l'attività delle Aziende speciali, quella dei Centri Estero e la rete degli Euro Info Centre che ha trovato nel "Programma pluriennale a favore dell'impresa e dell'imprenditorialità" della Commissione Europea una possibilità di diventare, per il ruolo che svolge in particolare per le piccole e medie imprese, il punto di riferimento dell'intera Commissione, oltre che della D.G.Imprese.

Ma è tutto il sistema informatico che fa capo al sistema camerale che ha consentito un fondamentale miglioramento nei rapporti con le imprese, sia nell'area servizi alle imprese, che nell'area dei servizi istituzionali di progettazione e informazione.

Da segnalare, tra i Progetti a valenza internazionale da inquadrare nell'area dell'internazionalizzazione : il *Vendo-sud*, con l'obiettivo di migliorare l'export delle imprese meridionali, l'*Europartenariat Italia Sud 2000* per lo sviluppo delle regioni europee meno favorite, offrendo alle piccole e medie imprese opportunità di cooperazione transnazionale, il *Progetto PASS del Ministero Esteri* e quello *ex lege 212/92* di formazione di quadri per la creazione di partenariati Italia-Russia.

8.Osservatori, ricerca economica e offerta statistica delle Camere di Commercio.

La rete delle CCIAA svolge un ruolo fondamentale a supporto dell'informazione economica, proprio in virtù della conoscenza capillare del territorio che possono rispettivamente vantare. Primario è a questo fine il ruolo degli Uffici SISTAN camerali che agiscono, con il coordinamento di Unioncamere, sia per rilevamenti locali, sia nel più ampio quadro delle informazioni statistiche nazionali.

L'importanza delle CCIAA quali fonti d'informazione economico-statistica viene confermata da indagini settoriali specifiche, secondo le quali le Camere rappresentano i soggetti maggiormente consultati dall'utenza tra gli Enti appartenenti all'area SISTAN, con maggiore percentuale di informazioni erogate a pagamento.

Tra le più richieste, anche nel 2000 si sono rivelate quelle attinenti l'area delle famiglie e delle statistiche sociali con più del 53% del totale.

Per quanto attiene invece l'*Area Imprese*, che rappresenta il restante 47%, i temi di maggiore interesse sono stati quelli del mercato e della concorrenza.

Altro strumento tradizionale delle CdC sono gli *osservatori economici* che permettono di monitorare le dinamiche evolutive del tessuto produttivo, fornendo elementi di valutazione e informazioni utili agli operatori sull'andamento dei prezzi e in genere sugli indicatori economici dei mercati.

Altra importante via di informazione è quella aperta dall'*Osservatorio demografia delle Imprese* la cui finalità è in sostanza un monitoraggio tra le Imprese nate e quelle cancellate sfruttando le potenzialità del Registro Imprese e valutando la differenza tra i dati di natalità "grezza" e "reale".

Sistema Informativo STARNET.

Costituisce un affermato portale per l'informazione economico-statistica e, nel corso del 2001, è stato aperto su Internet per fornire agli operatori dati strutturati sul territorio. E' costantemente aggiornato grazie al lavoro congiunto delle Camere di commercio e delle Unioni Regionali. Le aree tematiche in cui è articolato il sistema sono 27, analogamente conformate per facilitare la navigazione dell'utente.

Nel periodo febbraio/ottobre 2001 le pagine consultate sono state 430.000, evidenziando una crescita del sistema anche in termini di utenti che, al termine del periodo considerato, erano stati 4200.

Da considerare ancora il *Progetto Excelsior*, realizzato con il concorso delle Camere e delle Unioni Regionali, riconosciuto unanimemente come base informativa fondamentale per supportare la programmazione della formazione e delle politiche attive del lavoro di Province, Regioni e Governo nazionale; delle iniziative del sistema camerale in tema di analisi del lavoro irregolare, ex art. 78 legge 448/98.

Nel contesto dell'attività di studio e ricerca, fondamentale è l'impegno dell'*Istituto Tagliacarne*, il cui obiettivo è di offrire una serie di informazioni ed analisi che risponda ad una crescita della conoscenza del tessuto produttivo locale e del potenziale di sviluppo delle diverse aree.

I macro settori di ricerca sviluppati dall'Area Studi e Ricerche sono

- le dinamiche delle imprese;
- i percorsi di sviluppo locale;
- la contabilità economica territoriale;
- la valutazione di impatto delle politiche di sviluppo.

In definitiva l'azione dell'Istituto Tagliacarne e delle Camere di Commercio e dell'intero sistema camerale italiano è stata rivolta nel corso dell'anno, attraverso una serie di iniziative progettuali nazionali e in raccordo con l'Unione Europea, a supportare gli operatori economici di tutte le categorie interessate. E questo anche attraverso il cofinanziamento congiunto con altre Associazioni, come, a puro titolo esemplificativo, è da citare il *Rapporto Euro-PMI*.

Biblioteche

L'indagine annuale sui servizi bibliotecari camerali evidenzia una profonda trasformazione dell'apparato informativo, peraltro facilitata dall'introduzione delle tecnologie informatiche e telematiche. Il dato statistico sull' "attività" delle biblioteche è del 66% di funzionanti su 100 considerate con un 71% al nord, un 76,2% al centro ed un 52,9% al sud.

I volumi custoditi ammontano a 841.626, mentre le riviste a 10.571 con un incremento annuale di 35.166 volumi e di 160 testate di riviste. Maggiore affluenza di pubblico hanno registrato Torino e Firenze.

9. Comunicazione e marketing strategico

9.1 Mediacamere

Questo settore ha visto in Mediacamere una qualificata struttura con l'obiettivo di fornire servizi di Comunicazione, Informazione e per il Market territoriale, in particolare al sistema camerale.

Per quanto attiene i servizi MC si è proposta come struttura professionale in grado di offrire strumenti tecnici e metodologici a supporto delle operazioni promozionali e di comunicazione delle Camere, coadiuvando le strutture camerali nella gestione e nel potenziamento della loro immagine.

Le linee di produzione di Mediacamere si sono sviluppate attraverso:

- promozione e pubblicità dei servizi e del sistema camerale;
- fiere e convegni;
- editoria;
- MediaCam, agenzia di stampa del sistema camerale;
- marketing territoriale;
- proposizione di progetti di ricerca a rilevanza strategica;

La Comunicazione camerale si è comunque avvalsa di altri progetti come *Per l'Impresa Network*, *ISTITUZIONI Per l'Impresa*, *Euroistituzioni*.

9.2 MediaCam

L'agenzia di stampa del sistema camerale vanta nel corso del 2000 oltre 2000 lanci a fronte dei circa 1500 emessi nel 1999, con una media giornaliera di 8 lanci. Ha gestito e seguito il processo di grande vitalità comunicativa proprio del sistema camerale nel suo complesso, che ha trovato nell'Agenzia di stampa un idoneo veicolo di informazione sull'intero territorio.

10. Commercializzazione, turismo e sviluppo dei settori economici.

10.1. Promozione e commercializzazione

Ampia è stata la gamma di iniziative che le Camere svolgono sul versante del supporto alla commercializzazione dei prodotti. Rientrano tra gli interventi l'organizzazione di fiere e mostre in Italia, ma anche la partecipazione, diretta o per mezzo delle Aziende Speciali, all'estero.

406 sono state le iniziative portate a termine nell'anno da 43 Camere, di cui 250 nel campo agroalimentare, per un totale di 17.547 imprese partecipanti.

Da sottolineare l'attività di promozione di produzioni locali e le azioni di sostegno per il riconoscimento delle denominazioni d'origine, nonché per la promozione e/o gestione di infrastrutture.

10.2. Turismo.

Molto significativa è stata l'attività delle Camere nel settore della promozione turistica. In particolare:

- nell'attività promozionale (50 Camere)
- della promozione degli investimenti per lo sviluppo infrastrutturale finalizzato al turismo;
- nella concessione di finanziamenti per la valorizzazione del territorio (53 Camere);
- nella produzione di materiale turistico (45 Camere);
- sostegno alle scuole di specializzazione turistica regionali con varie modalità:

Inoltre, con l'avvio del SIET- sistema informativo dell'economia del turismo, è stato avviato un monitoraggio del mercato turistico del turismo con diverse iniziative, tutte destinate a centrare l'obiettivo promozionale di settore prefissato dalle Camere interessate.

Rilevante anche il contributo che il sistema camerale, ponendosi come interlocutore privilegiato delle istituzioni, potrà dare, anche in collaborazione con Assonautica, al settore del *turismo nautico* che, già in altri Paesi, ha fruito di forte sostegno garantendo occupazione e sviluppo anche nei comparti dell'indotto.

A tale proposito, diversi sono i progetti in corso o in fase di avvio:

- partecipazione del sistema nel settore della *nautica da diporto*, mediante creazione di una società consortile interna al sistema, con lo scopo di programmare e gestire la nuova rete di portualità turistica;
- *Nautica Europa*, che prevede la realizzazione di un progetto GLOBALE e INTEGRATO per la gestione in rete per erogazione di servizi, con l'obiettivo di diventare il punto di riferimento in Internet per la nautica italiana ed europea;

- *Med-Nautica*, per la creazione di infrastrutture tecnologiche necessarie alla realizzazione di un sistema multimediale integrato per l'accesso a servizi e prodotti collegati alla nautica da diporto;
- *Educamare*, in collaborazione con Assonautica e Min.ro dell'Istruzione, con lo scopo di diffondere al meglio, tra i giovani tra i 10 e i 15 anni, la cultura nautica.

Altre iniziative, tutte rivolte ad un settore in rapida crescita, riguardano l'istituzione di un'Assonautica del Mediterraneo e la partecipazione ai diversi e più qualificati Saloni della Nautica italiani.

Clam

E' stata data la giusta rilevanza alle problematiche relative all'interprofessione applicata al settore agrumicolo nell'Assemblea della Sezione italiana del Clam, tenutasi in provincia di Enna, nel corso della quale sono state affrontate le questioni relative all'ammodernamento della filiera e ad una migliore integrazione tra le aziende di settore.

Assicor

Nel corso del 2000 l'attività di Assicor si è sviluppata e concentrata sulla definizione del regolamento di attuazione 251/99 recante la disciplina dei titoli e dei marchi di identificazione dei metalli preziosi

La libera circolazione delle merci, fondamentale per l'Unione Europea, trova infatti un ostacolo proprio in questo settore e le Camere di commercio, unitamente ad Unioncamere, possono svolgere un ruolo essenziale nel negoziato con l'U.E. per superare tale situazione.

Sensibilità sulla tematica è stata dimostrata dal Ministro Letta che ha organizzato un tavolo di discussione per il settore orafo-argentiero costituito dai Ministeri competenti e dalle Associazioni di categoria interessate, che hanno anche affrontato, tra gli altri, il tema relativo all'annosa questione dei dazi doganali. L'occasione si è dimostrata utile per dimostrare la necessità di una sinergia tra sistema camerale ed Assicor in questo specifico settore, di così alta tradizione nel nostro Paese.

Meteora.

Meteora s.p.a. è una società del sistema camerale costituita ai sensi della L. 580/93 che ha il compito di realizzare e gestire un mercato telematico dei prodotti agricoli, agroalimentari e ittico per fornire agli operatori della filiera i servizi necessari alla trattazione quotidiana delle negoziazioni da postazioni remote

L'opportunità della costituzione di Meteora si è manifestata a seguito della scarsa incisività che nel settore si riscontrava, a causa della frammentazione delle operazioni sinora effettuate presso le singole Camere.

A fine anno risultano trenta iscrizioni da parte di Società, consorzi e cooperative interessate i quali hanno potuto testare il sistema telematico di contrattazione Meteora con il prodotto DEMO.

Agroqualità S.r.L.

Nata con lo scopo di sostenere lo sviluppo delle produzioni agro-alimentari attraverso la certificazione della qualità nel settore. L'attività della Società, che conta tra i suoi soci, oltre a Unioncamere, le principali Unioni Regionali, le Associazioni di categoria quella dei Consumatori

utenti e la DINTEC, è stata inserita nell'albo degli organismi privati per le DOP e gli IGP tenuto presso il Min.ro dell'Agricoltura e Foreste.

Iniziative degne di rilievo sono da registrare nel settore *florovivaistico*, con la pubblicizzazione della presenza delle aziende più importanti del settore ad importanti manifestazioni anche internazionali e con la registrazione di un proprio sito che vuol essere un "portale" per tutta la filiera florovivaistica.

Uniontrasporti

L'Associazione, promossa dalle Camere di Commercio, ha sviluppato una serie di lavori che vanno dall'assistenza ad alcune Camere, fino a studi di tipo tecnico- infrastrutturale per il Consorzio Train.

Il Comitato Promotore all'uopo costituito ha il fine di promuovere percorsi di comunicazione terrestri e marittimi da Livorno a Budapest fino a Kiev per ridurre i disagi logistici che le imprese del sud Europa devono affrontare in termini di competizione con altre imprese europee.

11. Le azioni sulla finanza e sul credito

Il problema che ha indotto ad affrontare tale tematica è stato, in buona sostanza, la obiettiva difficoltà che tuttora incontrano le piccole imprese, rispetto alle grandi, nel reperimento di capitali di debito a breve e medio termine per le più disparate motivazioni.

Il sistema camerale ha pertanto promosso una serie di iniziative tendenti a favorire un processo di informazione e sensibilizzazione sul nuovo rapporto tra impresa e sistemi finanziari dell'ultima generazione, orientandosi verso settori di tipo non tradizionale: informazione, assistenza alle imprese per il tramite del sistema associativo e coordinamento degli interventi di politica finanziaria locale

Numerose, anche se con modalità ed organizzazione interna diverse, sono le Camere che hanno sposato tale progetto. Nel 1999 la Camere hanno stanziato fondi per iniziative su temi della finanza ed il credito per poco meno di 5 miliardi di lire, di cui 60 Milioni erogati da una sola Camera per favorire la quotazione in borsa delle PMI. La cifra complessivamente erogata dalle Camere per contributi finanziari alle imprese direttamente è stata di poco inferiore ai 50 Miliardi di lire.

Sportelli d'informazione sul sistema finanziario e creditizio

Nel 1999 altre 10 Camere, oltre alle 22 del 1998, hanno messo a punto, grazie ad un progetto Unioncamere, una banca dati per la realizzazione di appositi sportelli di informazione per la finanza, una sorta di vetrina dei prodotti e servizi finanziari offerti dal sistema creditizio anche locale e regionale da mettere a disposizione delle imprese minori.

Due gli obiettivi: favorire lo sviluppo del sistema imprenditoriale attraverso una maggiore trasparenza del mercato e migliorare il ricorso a quei nuovi strumenti che lo stesso mercato sta offrendo ai sistemi economici competitivi con quello nazionale.

Le fasi più importanti del progetto sono state:

- analisi a campione della domanda delle imprese per le esigenze di tipo finanziario e creditizio;
- promozione del prodotto, con particolare attenzione alle aziende del sistema bancario e finanziario;

- costruzione di una griglia di servizi prodotti da monitorare e promuovere;
- realizzazione del bacino di fornitori della banca dati;
- realizzazione di accordi di programma con i soggetti che alimentano la banca dati;
- individuazione del contenitore più adatto, se cioè rete informatica o altro;
- diffusione del prodotto verso l'utenza;
- sviluppo dell'impianto e allargamento della base di utenza.

Strumenti di garanzia fidi

I contributi ai confidi per il 1999 sono stati pari a circa 37 Miliardi di lire ed hanno interessato un numero potenziale di imprese pari a ad oltre 405 mila, con affidamenti pari a più di 9 mila miliardi di lire.

La partecipazione al fondo rischi è di poco diminuita (-17%) mentre è aumentato il valore della partecipazione delle Camere sul conto interessi (più di 11 Miliardi).

E' comunque da segnalare come l'insieme dei confidi si presenta con ben 943 organismi, per cui forte è stata avvertita l'esigenza di concentrare in enti consortili a dimensione locale tale azione.

La moneta unica: il ruolo delle CCIAA

Il sistema camerale si è fatto promotore di una serie di iniziative di informazione e promozione volte a migliorare la conoscenza dell'Euro (progetto "Eurologo") in collaborazione anche con il Min.ro del Tesoro ed Unioncamere, con la partecipazione di 93 Camere. Unioncamere, dal canto suo, ha realizzato un apposito sito Internet dedicato a questo specifico tema.

La Commissione per la finanza e il credito.

Modifiche strutturali hanno interessato tale Organismo costituito tre anni or sono da Unioncamere.

Sono stati chiamati a parteciparvi rappresentanti camerali, di nuove Camere oltre a soggetti esterni provenienti dalle Associazioni della finanza e del credito, nonché intermediari finanziari, ecc., il che ha contribuito ad elevare ulteriormente la qualità dei lavori.

La Commissione ha agito su tre fronti: diffusione degli strumenti informali per la domanda ed offerta dei capitali per le imprese; informazione finanziaria; maggior coordinamento dell'attività dei confidi.

Partecipazione delle banche al sistema bancario.

Forte è stato il coinvolgimento del sistema camerale nel rinnovato assetto istituzionale del mondo bancario dopo l'avvio riforma delle fondazioni bancarie, che ha consentito una ben più significativa presenza delle Camere all'interno di esse. Raddoppiato quasi il numero dei rappresentanti camerali, in vari casi con funzioni di vertice. Ciò ha evidentemente comportato un migliore radicamento nelle strutture finanziarie locali. Ben 128 sono i membri di provenienza camerale presenti nelle Spa bancarie, di cui 97 nelle fondazioni.

12. Formazione per l'impresa.

Confermato l'impegno delle Camere nel sostenere lo sviluppo economico locale attraverso le attività formative anche attraverso i lavori di apposita Commissione costituita in Unioncamere..

I settori che meglio hanno risposto all'offerta formativa sono il Commercio, l'industria e i servizi mentre le categorie imprenditori, autonomi e dirigenti o quadri.

Per quanto riguarda le fonti di finanziamento, il contributo delle CCIAA varia dal 10 al 55% mentre il restante proviene da enti terzi. Scopo del progetto di formazione è quello di collegare la formazione stessa all'occupazione, percorrendo tre tragitti prioritari: innovazione e sviluppo; processi di internazionalizzazione; imprenditorialità diffusa.

Progetti strategici

Oltre che ai Diplomi universitari, l'intervento camerale si è rivolto a progetti di politica formativa verso le PMI, intervenendo sia sulla loro cultura interna, sia sulla formazione dei giovani disoccupati.

Progetto Campus/Unioncamere.

Articolato su Stage effettuati anche presso Aziende, consente di trasmettere al giovane frequentatore di verificare il suo grado di conoscenza del mondo aziendale ed inoltre di essere inserito nel mondo produttivo. Del progetto Campus fanno parte Diplomi universitari in Ingegneria, Terziario avanzato e scienze tecnologiche.

Essenziale l'attività di IFOA nel corso di questo e di altri consimili progetti (Breaking Barriers”)ma anche di numerose altre Aziende Speciali del settore camerale.

Su tutte le varie attività progettuali, Unioncamere ha svolto un'attività di monitoraggio e coordinamento orientando comunque la propria azione a seconda delle specificità richieste dai singoli progetti e modulandola nei vari settori dell'assistenza, della promozione e della gestione dei rapporti istituzionali.

In ultima analisi, l'attuale impianto progettuale comprende questi tre momenti:

- analisi della domanda di formazione;
- risposta formativa mirata;
- ricaduta professionale e occupazionale.

Asseforcamere.

Nata come società consortile di delle Camere, Assefor svolge la sua missione nel campo del sostegno all'imprenditorialità, degli Amministratori camerali, sempre con l'obiettivo di supportarne lo sviluppo e la formazione.

13. Innovazione, qualità e consolidamento PMI.

Anche sul piano dell'innovazione le Camere hanno svolto parte attiva per lo sviluppo delle imprese. I dati raccolti evidenziano che le attività si concentrano nell'assistenza e consulenza alle imprese ed in iniziative nel campo della normazione, certificazione e sicurezza, della responsabilità del produttore e del consumatore, ma anche alla diffusione dei brevetti, all'innovazione della rete dei laboratori, all'attività dei centri di promozione della cultura brevettale, stimolando la conoscenza di settore e rappresentando anche le opportunità di cui le imprese possono fruire.

Ancora con il progetto SERPI di promozione del mercato a favore delle imprese manifatturiere ed edili; con DINTEC per la raccolta e la diffusione della normativa tecnica e di certificazione di qualità; con il Programma DIT, in collaborazione con il MIUR, cui hanno contribuito numerosi docenti universitari.

14. Interventi per le nuove imprese.

Determinante il ruolo delle Camere anche nella promozione e sviluppo delle nuove imprese con attività di informazione ai giovani sulle Leggi di incentivazione industriale e per la creazione di nuove imprese. Tale attività ha visto impegnate praticamente tutti gli enti camerali. Nel corso del 1999 circa 39.000 giovani aspiranti imprenditori hanno fruito dei servizi loro riservati dalla

Camere, con diverse percentuali a seconda dell'appartenenza geografica e con una significativa parte minoritaria tra i giovani del sud.

Tali progetti hanno avuto ulteriore sviluppo e diffusione , con specifiche iniziative locali, in Toscana e Lombardia

15. Attività in materia ambientale.

Nel corso del 2000 le Camere hanno operato nell'ambito dei compiti loro richiesti dalla normativa, come la ricezione del MUD- Modello Unico di dichiarazione Ambientale, l'iscrizione all'albo gestori rifiuti,ecc consentendo alle imprese di disporre non solo dell'attività di consulenza, ma anche di fruire di tutta una serie di supporti che il sistema camerale ha offerto anche oltre le sue più strette competenze.

Le aree di intervento in materia ambientale e i dati relativi riassumersi in circa 130.000 prestazioni, che il sistema camerale ha potuto assicurare anche grazie a strutture già ampiamente collaudate come I.P.I. ed ECOCERVED.

REGIONE EMILIA ROMAGNA

Il sistema camerale regionale già da tempo ha avviato la riflessione sul ruolo delle Camere di commercio nel contesto del percorso di graduale attuazione della riforma in senso federale dello Stato. Tale percorso è stato segnato da varie tappe importanti, culminate nella legge di riforma del Titolo V della Costituzione, entrata in vigore nell'ottobre 2001.

La riflessione del sistema camerale ha preso le mosse dall'esigenza di un nuovo modello di governance del territorio, all'interno del quale ciascuno degli "abitanti" della comunità economica regionale, sia esso pubblico o privato, deve contribuire al perseguimento di un interesse comune e condiviso.

A tal fine le Camere di commercio hanno lavorato affinché nei fatti, oltre che nella lettera delle disposizioni legislative nazionali e regionali (legge regionale 3/99), fosse riconosciuta la loro natura di enti funzionali alla promozione dello sviluppo economico entrando così, a pieno titolo, tra i soggetti istituzionali di governo del territorio.

1. LE STRATEGIE DEL SISTEMA CAMERALE

Internazionalizzazione

In questa prospettiva, uno dei fatti più rilevanti è sicuramente stato quello della decisione di superare l'esperienza del Centro Estero e l'integrazione in Unioncamere di parte del personale e delle funzioni prima esercitate dal centro stesso, poiché proprio questa scelta ha determinato l'avvio di un nuovo modello di relazioni da un lato con le Camere di commercio (l'Ufficio Estero di Unioncamere coordina i rapporti con gli uffici camerali ed ha organizzato una rete di sportelli a supporto delle imprese dei singoli territori, come si vedrà in seguito) e dall'altro con la Regione Emilia-Romagna in tema di internazionalizzazione.

Proprio a partire dal tema dell'internazionalizzazione, con la firma di uno specifico documento comune, il 2001 è stato l'anno in cui l'attuazione del protocollo d'Intesa con la Regione, stipulato nel febbraio 2000 e finalizzato ad una sempre maggiore integrazione della rete dei servizi camerali con le politiche e le strategie regionali in materia di attività produttive, ha subito una accelerazione.

Creazione di nuova impresa

Vale la pena ricordare anche l'avvio del progetto di una rete regionale (collegata ad un progetto nazionale nel quale sono coinvolte le Camere di Commercio di altre regioni) di sportelli camerali per la creazione di nuova impresa (Genesis), anch'esso coerente con i contenuti del suddetto protocollo e ammesso ai contributi sia del Fondo di perequazione e sia ai finanziamenti della Regione Emilia-Romagna.

La rete si è proposta di offrire informazioni di orientamento al lavoro e dati, a sostegno dello sviluppo imprenditoriale. La rete deve essere intesa sia come rete fisica di sportelli/servizi collocati fisicamente nelle sedi delle Camere di Commercio, sia come rete virtuale la quale fa riferimento, per ora, al sito internet del progetto nazionale, ma che, in prospettiva, dovrà essere dotata di un sito personalizzato.

I servizi della rete sono supportati da:

a) tre banche dati di informazione per il territorio, che necessitano di una importante opera di rilevazione locale dei dati, ovvero:

Copernico - sistema informativo sulle imprese da 0 a 5 anni;

Charta - indagine sulle opportunità imprenditoriali del territorio;

Arco - banca dati sugli enti e corsi di formazione per il lavoro;

- b) strumenti tecnici specializzati che hanno offerto uno specifico sostegno agli imprenditori (dagli aspiranti imprenditori agli imprenditori “di lunga durata”):
Delfi, soft-test di autovalutazione delle attitudini imprenditoriali;
Ulisse, software per la valutazione del rischio di impresa;
Filo di Arianna, banca dati sulle procedure burocratiche;
- c) una guida che ha illustrato le finalità del progetto, i servizi attivati e descritto la struttura del portale nazionale: servizi trasversali, siti di tutte le banche dati presenti;
- d) *Mirror* il servizio di monitoraggio dell’utenza, che permette di valutare l’efficacia e gli strumenti realizzati, il numero di utenti che usufruiscono del servizio presso le Camere di Commercio, e il numero di utenti che hanno consultato le banche dati presenti sul nostro portale in rete.
- e) il CD-demo di pubblicizzazione del progetto nazionale.

Il lavoro di quest’anno è consistito nell’accurata definizione degli strumenti software in uso e nell’analisi economico-statistica dei dati rilevati.

In quest’ottica l’attività seminariale programmata e attivata in questi mesi ha avuto la funzione di:

- preparare i funzionari al migliore utilizzo degli strumenti stessi;
- sottoporre le attività di ogni progetto al vaglio dei funzionari camerali responsabili del progetto in ciascuna realtà camerale;
- condividere in modo convinto e attivo le azioni territoriali del progetto, per le quali ciascuna Camera impegnata è direttamente responsabile.

Albo artigiani

Nel 2001 è stata inoltre stipulata l’intesa triennale con la Regione sul funzionamento delle Commissioni Provinciali dell’Artigianato e l’integrazione operativa tra Albo artigiani e Registro Imprese.

Tale intesa ha anticipato alcune scelte riproposte successivamente nella legge regionale n. 32 del 29 ottobre 2001 recante “*Disciplina degli organi di rappresentanza e tutela dell’artigianato*” nella cui fase di preparazione il sistema camerale ha svolto un ruolo importante, dovendo definire la nuova legge le modalità di attuazione della delega in materia di funzione amministrative inerenti la tenuta dell’albo artigiani, sancita dalla legge regionale 3/99.

Albo vigneti

Sono poi stati avviati i contatti con la Regione in vista del trasferimento alle Camere di commercio della delega inerente la gestione dell’Albo vigneti.

Il patrimonio informativo prodotto dalle competenze amministrative appena richiamate è di tutto rispetto, tanto che da più parti (Ministro delle politiche agricole e forestali, Comitato nazionale di tutela vini, Ispettorato repressione frodi, Regioni, Associazioni, Consorzi di tutela) oramai viene richiesto l’accesso a tali informazioni.

A partire da queste premesse è stato messo a punto un prototipo modulare, ossia per fasi, così da consentire una fruizione specifica da parte di singole Camere ma anche e soprattutto delle Unioni regionali attraverso una struttura di base d’impianto - fatte salve le modalità informatiche attualmente utilizzate - cui si sono aggiunte via via applicativi di automazione delle procedure amministrative e conseguentemente di produzione del flusso informativo. A livello nazionale il sistema ha teso a valorizzare al massimo il patrimonio informativo delle Camere di Commercio, pur presentando una forte valenza a livello regionale e locale.

A livello territoriale, soprattutto regionale, l’obiettivo è stato quello di informatizzare l’intero processo di certificazione rendendolo accessibile dall’esterno (utilizzando anche le tecnologie legate alla firma digitale) per snellire gli adempimenti amministrativi cui sono soggetti gli operatori.

Parallelamente si è trattato di organizzare l'accesso e la diffusione alle risultanze statistiche - economiche, sia a livello locale sia a livello nazionale, a favore dei soggetti istituzionali e privati interessati.

Turismo

Una specifica considerazione deve essere fatta in materia di turismo.

Alla fine del 2001 è scaduta l'intesa quadriennale tra Regione Emilia-Romagna e Camere di commercio ai fini dell'attuazione della legge regionale sull'organizzazione del turismo che ha sancito un rapporto di partnership tra i due sistemi.

Il bilancio di questi primi quattro anni di collaborazione è stato un bilancio positivo: il contributo annuale del sistema camerale al finanziamento degli interventi dell'APT Servizi s.r.l. ha garantito un effetto moltiplicativo delle risorse investite sui singoli territori per la realizzazione di progetti migliorativi dell'offerta turistica.

Pertanto le Camere di commercio hanno deciso di proseguire questa esperienza, di rinnovare l'intesa che, all'inizio del 2002, ha portato anche al rinnovo dei vertici della stessa APT Servizi s.r.l.

Nel secondo semestre 2001 si sono concluse le attività di ricerca inserite nella Convenzione per l'Osservatorio Turistico Regionale 2000/2001 e nella Convenzione integrativa dell'Osservatorio Turistico Regionale 2000/2001.

Per quanto riguarda la prima, le ricerche concluse hanno riguardato:

- I. Analisi congiunturale del settore turistico
- II. La qualità nel sistema turistico dell'Emilia-Romagna (II° annualità)
- III. Indagine motivazionale sulla domanda balneare
- IV. L'offerta di appartamenti per l'ospitalità turistica

La Convenzione integrativa, invece, ha riguardato la "Predisposizione delle strategie di sviluppo per il sistema turistico dell'Emilia-Romagna".

In data 11 dicembre 2001 è stata firmata la Convenzione con la Regione per le attività dell'Osservatorio 2001/2002. Tra le sue attività di studio, la Convenzione prevede:

- • Analisi congiunturale del settore turistico in Emilia-Romagna
- • Il turismo sportivo in Emilia-Romagna. Analisi di un prodotto turistico in crescita: tipologie e tendenze
- • L'Appennino e i prodotti di nicchia su cui investire. Studio di fattibilità
- • Applicazione concreta dell'indagine sulla qualità nel sistema turistico dell'Emilia-Romagna su un Comune della Regione ad alta concentrazione turistica
- • Indagine sul settore delle agenzie di viaggio
- • I tedeschi in vacanza. Monitoraggio tra i turisti tedeschi in vacanza sulla costa emiliano-romagnola.

Inoltre è stata prevista l'organizzazione di seminari e convegni, nonché l'utilizzo delle più moderne modalità telematiche, per supportare e rendere visibile il patrimonio di informazione turistica detenuto dall'Osservatorio.

Il budget complessivo per le attività dell'Osservatorio ammontava a Lire 490 milioni, di cui 420 a carico della Regione Emilia-Romagna e Lire 70 milioni a carico di Unioncamere.

Nel mese di dicembre è stata ultimata la preparazione del VI° Rapporto dell'Osservatorio Turistico Regionale.

Il volume è stato quindi inviato alla casa editrice Franco Angeli per la pubblicazione. La presentazione del rapporto è prevista nel Febbraio 2002 alla BIT di Milano.

Osservatorio Agro-Alimentare

Nell'ambito della collaborazione tra l'Assessorato Agricoltura, Ambiente e Sviluppo sostenibile della Regione Emilia-Romagna e l'Unione Regionale delle Camere di Commercio, l'Istituto di Economia Agroalimentare dell'Università Cattolica di Piacenza, diretto dal prof. Giovanni Galizzi, e l'Osservatorio Agro-industriale della Regione, coordinato dal prof. Roberto