

indagini a cadenza annuale e trimestrale sia sulle PMI che sulle grandi imprese, a partire dalle quali sono stati progettati e realizzati specifici strumenti e modalità di diffusione dei risultati verso i diversi profili di utilizzatori. Nel dettaglio, i risultati della prima indagine trimestrale - relativi al periodo luglio-settembre e riportati nei nuovi bollettini provinciali e regionali "Excelsior Informa", nonché in un fascicolo di sintesi nazionale - sono stati presentati in occasione di una conferenza stampa tenutasi a luglio alla presenza del Ministro del lavoro, occasione nella quale è stato anche lanciato l'aggiornamento del sito del progetto (<http://excelsior.unioncamere.net>). Successivamente si è provveduto alla realizzazione dei volumi contenenti i principali dati relativi ai fabbisogni professionali delle imprese italiane per l'intero 2011, nonché specifiche analisi a corredo di tali dati. Ulteriori volumi di approfondimento a livello settoriale e tematico sono stati poi presentati all'interno della Fiera Job & Orienta. In tale occasione, sono stati inoltre diffusi due volumetti a carattere divulgativo relativi agli sbocchi professionali dei diplomati e dei laureati nelle imprese italiane per il 2011, e uno relativo alle diverse opportunità di lavoro al termine degli studi. Infine, è stato realizzato, insieme al Ministero del lavoro e alla presenza di rappresentanti della Commissione Europea (DG Occupazione, affari sociali e pari opportunità), il seminario ristretto "Giovani e lavoro: nuovi percorsi di apprendimento e possibili misure a sostegno dell'occupazione". I dati del Sistema informativo Excelsior, opportunamente integrati attraverso altre fonti amministrative, sono stati oggetto di specifici rapporti di ricerca realizzati in collaborazione del Centro ricerche REF su tematiche inerenti il **mercato del lavoro italiano e alle sue trasformazioni**. In particolare, uno specifico approfondimento ha riguardato i livelli retributivi delle imprese dell'industria e dei servizi e il loro legame con gli andamenti della domanda di lavoro, mentre un altro il tema dell'occupazione di cittadini stranieri, una questione centrale non solo per il mondo delle imprese e per lo sviluppo del nostro sistema economico, ma per l'intero Paese.



2.2 RAFFORZARE IL MERCATO E TUTELARE IL MADE IN ITALY

Accompagniamo e tuteliamo le imprese nel rilancio competitivo e nell'espansione all'estero

L'anno 2011 è stato un anno di potenziamento delle politiche di **Internazionalizzazione** e della sua necessaria premessa: ovvero la valorizzazione e la tutela del **Made in Italy**.

Internaziona-
lizzazione

Il 2011 ha visto accrescere le responsabilità del Sistema camerale per le politiche di **internazionalizzazione** del nostro Paese; è per questo che Unioncamere ha deciso di dotarsi di uno strumento di definizione di indirizzi strategici con l'istituzione della **Commissione Internazionalizzazione**, che ha svolto, tra l'altro, anche funzioni di istruttoria di progettualità in materia di Fondo intercamerale di intervento, di audizione di personalità esterne per l'acquisizione di elementi conoscitivi. Nel generale quadro del riordino degli enti preposti all'attività di internazionalizzazione è stata valorizzata la funzione delle CCIAA e previsto, con apposita legge 22 dicembre 2011, n. 214, l'ingresso di Unioncamere nella **cabina di regia**, unitamente a MAE, MiSE, Confindustria e Rete Imprese Italia; ciò anche per dare forza al carattere unitario del Sistema camerale (CCIAA, CCIE e Camere miste) e ad ulteriore riprova della necessità di fare integrazione fra le diverse reti camerali, nazionali e sovranazionali. Su tale sistema integrato si è innestata la progettualità delle CCIAA e delle Unioni regionali con **90 progetti** approvati dal Comitato esecutivo di Unioncamere per un valore di **oltre 5 milioni di euro** a valere sul Fondo di perequazione. Lo stretto rapporto di collaborazione con il MiSE ha permesso altresì a Unioncamere, per la prima volta, di avere accesso ai **fondi per il Made in Italy**, con la sigla di una convenzione ad hoc per lo sviluppo di 7 progetti del valore complessivo di € 465.000. Nel 2011 è giunta alla conclusione una specifica linea **progettuale sul Mediterraneo**, che ha interessato diversi settori (*energia e ambiente, agro-alimentare e industria, edilizia e housing, blue economy, formazione e ricerca*) e coinvolto circa **700 imprese italiane e 250 aziende**, operatori e buyers **esteri** provenienti dai Paesi target per un totale di oltre 3.000 incontri di B2B, oltre alla realizzazione di 15 missioni "incoming" dai Paesi Med, 14 eventi di business to business, 3 progetti con la realizzazione di visite aziendali, 29 seminari informativi/convegni per le imprese, 6 partecipazioni a fiere internazionali. Fra i risultati del progetto va evidenziato il contributo dato allo sviluppo dell'intercameralità nord/sud, attraverso la realizzazione di iniziative che hanno avuto come fattore aggregante la complementarità dei tessuti produttivi e l'interesse verso il medesimo partenariato estero, permettendo così la collaborazione delle CCIAA su tutto il territorio. Il maggior raccordo fra i vari punti della rete camerale ha favorito la messa a sistema delle esperienze delle singole CCIAA, contribuendo quindi a stimolare le capacità progettuali, in particolare del Mezzogiorno. Più in generale, in un ottica di attenzione ai diversi punti della

rete, Unioncamere ha svolto un'importante funzione di coordinamento delle iniziative del Sistema camerale, con gli incontri nazionali degli addetti all'internazionalizzazione, nel corso dei quali sono stati peraltro firmati due importanti accordi sia con SIMEST, per la diffusione degli strumenti finanziari della società, che con il MiSE, per il finanziamento di 12 progetti (a valere sull'annualità 2003 della legge 21 marzo 2001, n. 84, del valore complessivo dei € 1.977.474,90), da avviare il 1 gennaio 2012 e che consentono di sviluppare una strategia di lungo termine di Unioncamere nell'Area dei Balcani, in termini di politiche di cooperazione industriale, di formazione e di possibilità di investimento. Inoltre, un articolato programma di **18 missioni in outgoing e in incoming**, ha visto oltre 500 imprese italiane partecipanti in diverse aree geo-economiche. Si segnala: il progetto "Opera Italia" (Mosca) che, nell'ambito di una esposizione sull'arredamento per la casa ha visto la partecipazione di 21 imprese del settore; le missioni realizzate nel Kurdistan iracheno con 46 imprese italiane partecipanti, dove è stato presentato il progetto di apertura di un desk camerale ad Erbil; la missione realizzata in Brasile e Argentina che ha permesso ai partecipanti di entrare in contatto con una realtà in forte crescita e sviluppo, stabilendo interessanti rapporti con gli interlocutori locali selezionati e per un totale di 160 incontri B2B a San Paolo e di 184 a Buenos Aires.

Nel corso dell'anno Unioncamere ha inoltre assicurato le funzioni di garante in Italia per le Convenzioni internazionali ATA e TIR e ha supportato le CCIAA nell'attività di emissione dei documenti per l'estero (8.700 carnets ATA, 708.000 certificati d'origine e circa 350.000 altri visti per l'estero emessi nell'anno). Inoltre, dopo una campagna di sensibilizzazione sull'utilizzo di modalità telematiche per la richiesta dei certificati di origine da parte delle imprese sono più di 50 le CCIAA in grado di offrire il servizio on-line all'utenza. Infine, è stata assicurata la partecipazione ad incontri di coordinamento internazionale (tavoli di lavoro presso organismi internazionali, incontri istituzionali sul trasporto internazionale) e la presenza del Sistema camerale ai lavori dello Sportello unico doganale. Queste attività, in particolare, sono oggetto di attento monitoraggio, perché consentono di individuare le esigenze informativo assistenziali delle imprese su questi temi, anche per ri-orientare i servizi resi dal Sistema camerale e renderli il più possibile vicini al fabbisogno. Rilevante è stato l'impegno anche nell'assistenza alle CCIAA sia attraverso la risoluzione di quesiti di natura tecnico-doganale (circa 600 nel corso dell'anno), sia attraverso la collaborazione diretta nell'organizzazione di seminari informativi rivolti alle imprese.

Il Made in Italy, oltre ad evocare uno *'stile di vita'*, indica un modo di produrre beni e servizi nel quale si fondono molte eccellenze: saperi distintivi, materie prime di qualità, attenzione al cliente, creatività, innovazione che si traducono in competitività e sviluppo, delle imprese, dei territori e dei distretti. Tra le iniziative per promuovere più efficacemente le eccellenze del made in Italy sui mercati esteri, il programma per la costituzione della **rete dei ristoranti**

**Made in Italy
da
promuovere**

italiani nel mondo ha concluso nel 2011 la prima annualità con l'attribuzione delle targhe del marchio "Ospitalità italiana" a 720 ristoranti localizzati in 65 città di 55 diversi Paesi del mondo. Una prima iniziativa che ha valorizzato la rete dei ristoranti italiani nel mondo è derivata è quella del progetto, finanziato dal MIPAAF, che persegue un intento divulgativo presso i consumatori internazionali e li informa sui **prodotti Dop e Igp** attraverso schede illustrative (ne sono state realizzate 237), applicativi multi-device che dalla ricetta consentono di consultare le schede dei prodotti di qualità con richiami turistici ai territori, micro-filmati didattici contenenti indicazioni pratiche per una corretta lettura dell'etichetta dei prodotti DOP/IGP.

Il settore **agroalimentare** è un pilastro strategico dell'economia nazionale, sia per le implicazioni che ha nei sistemi economici territoriali che per la sua forza trainante per il made in Italy sui mercati esteri. In quest'ambito, particolare rilievo ha avuto il documento programmatico "Qualificare, promuovere e tutelare: le politiche del Sistema camerale a sostegno dell'agroalimentare italiano" discusso e approvato dal Comitato esecutivo dell'Unioncamere che analizza lo scenario di riferimento in termini di risultati raggiunti e di opportunità di sviluppo, e individua i temi di qualificazione, promozione e tutela come aree/obiettivo di intervento a sostegno delle imprese. L'attività annuale di promozione e qualificazione dei prodotti agroalimentari è stata concentrata sul fornire assistenza alle CCIAA operanti come organismi di controllo nel settore vitivinicolo per garantire un approccio unitario nella gestione dei controlli attraverso un servizio di assicurazione qualità, oltre che sulla realizzazione di momenti di approfondimento tecnico-legislativo della nuova normativa del settore vitivinicolo. Sul versante promozionale, anche per il 2011, l'Unioncamere ha assicurato la realizzazione del premio Ercole Olivario. Si sono, inoltre, concluse a luglio le attività di un progetto, finanziato dal MIPAAF e coordinato da Buonitalia, per la realizzazione di attività di monitoraggio per la tutela dei prodotti DOP e IGP e di supporto alla registrazione nei mercati esteri dei 95 marchi di prodotti italiani a denominazione d'origine, con lo scopo di individuare usurpazioni di prodotto e limitare il fenomeno della contraffazione dei marchi.

Nel corso del 2011 sono state realizzate importanti iniziative per promuovere la tracciabilità delle origine delle fasi di lavorazione al fine di **valorizzare e tutelare i prodotti della filiera moda**, mentre nell'ambito della **filiera dei metalli preziosi**, Unioncamere ha promosso l'adesione alla convenzione di Vienna che consentirà ai tre laboratori dei grandi distretti nazionali (Ancona/Macerata, Arezzo e Vicenza) di offrire servizi agli operatori per una più efficiente commercializzazione dei prodotti. Relativamente alle progettualità a valere sul Fondo di perequazione, nel prototipo "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" è stato inserito uno specifico modulo dedicato al sistema moda per favorire il rilancio e la valorizzazione dell'intera filiera.

L'altro prototipo proposto alle CCIAA ha riguardato la linea prioritaria "Green economy, blue economy e sviluppo sostenibile". Partendo dalla consapevolezza che anche per il sistema mare la strada maestra da seguire è quella della qualificazione e della valorizzazione delle filiere in esso coinvolte, il modulo dedicato alla **blue economy** ha proposto interventi per la strutturazione di sistemi di monitoraggio e certificazione di qualità per la filiera (21 progetti presentati dalle CCIAA).

A completamento delle attività previste da una convenzione tra il MiSE e Unioncamere per contrastare il fenomeno della contraffazione, tra gennaio e febbraio 2011 è stata allestita e aperta al pubblico a Roma la mostra "IL FALSO NON HA SENSO", visitata da 7.542 visitatori nella quale sono stati esposti 20 marchi italiani, oltre a punti espositivi dedicati ad istituzioni nazionali che a vario titolo si occupano di lotta alla contraffazione. Il *concept* creativo dell'evento, ideato dal MiSE e progettato da Unioncamere nel corso del 2010, si è sviluppato lungo un itinerario nel quale ogni settore merceologico è stato associato ad uno dei cinque sensi e nel quale i prodotti "veri" sono stati messi a confronto con quelli contraffatti al fine di **sensibilizzare il pubblico sulle differenze e sui rischi che si celano dietro il fenomeno del falso**. Un'azione di sensibilizzazione che proseguirà. Infatti, secondo quanto è emerso da una recente indagine Unioncamere le CCIAA, pur non avendo competenze esplicite in tema di contraffazione, sono per le imprese un naturale riferimento per avere informazioni sulle forme di tutela della proprietà industriale; è stata pertanto progettata la realizzazione di una campagna a livello nazionale per informare i consumatori sull'impatto economico e sociale del fenomeno del "falso" e sui rischi relativi all'acquisto di merce contraffatta, che sarà successivamente declinata anche a livello locale in collaborazione con le CCIAA.

Nel contesto delle azioni rivolte a contenere il fenomeno della contraffazione e a sviluppare la cultura della proprietà industriale, sono proseguite nel 2011 le attività nell'ambito del progetto **Osservatorio brevetti marchi e design 2011**. L'Osservatorio contiene una serie di **analisi e approfondimenti circa l'andamento delle tecnologie consolidate e di quelle emergenti**, e un'analisi dell'andamento territoriale e delle specializzazioni produttive alle quali sono stati aggiunti approfondimenti in tema di tecnologie green, informazioni sul ricorso alla proprietà industriale da parte dell'imprenditoria femminile e sulla valorizzazione del marchio, oltre ad un excursus sulle vicende brevettuali del chimico premio Nobel Giulio Natta in USA, dati confluiti nella pubblicazione annuale dell'Osservatorio Unioncamere brevetti, marchi e design, giunto alla quarta edizione. Tra le azioni condotte per la diffusione e la valorizzazione del progetto, sono stati effettuati degli approfondimenti su alcune specializzazioni brevettuali che hanno riguardato le tecnologie conciarie a basso impatto ambientale, il packaging nel settore alimentare e le tecnologie di estrazione e di

Made in Italy
da
proteggere

trasformazione di aromi e essenze i cui risultati sono stati presentati nel corso di workshop organizzati con le **stazioni sperimentali** di Parma (S.S. per l'industria delle conserve alimentari), di Napoli (S.S. per l'industria delle pelli e delle materie concianti), di Reggio Calabria (S.S. per l'industria delle essenze e dei derivati agrumari) e con le 4 stazioni sperimentali Innovhub di Milano; obiettivo degli incontri è stato quello di **favorire il contatto fra le realtà economiche e le stazioni sperimentali per facilitare l'avvio di progetti di innovazione tecnologica.**

Sempre nel 2011, Unioncamere ha dato seguito alle attività previste nell'ambito della convenzione sottoscritta con il MiSE in materia di **proprietà industriale** finalizzata a costruire un **progetto per la prestazione di servizi a supporto alle innovazioni delle imprese.** Lo convenzione, che si concluderà nel dicembre 2013, intende favorire il ricorso ai titoli di proprietà industriale affinché possano essere integrati nelle strategie aziendali e tutelare la circolazione di prodotti, servizi e assets intangibili nei mercati, ampliando le opportunità di scambio e fornendo, al contempo, strumenti di tutela da azioni di contraffazione che rappresentano un grave danno per l'economia sotto vari punti di vista. Il progetto attuativo della convenzione prevede sia di rafforzare sul territorio una rete che rappresenti un punto di riferimento qualificato per le PMI per un primo approccio agli strumenti di proprietà industriale, che la concessione di agevolazioni per la registrazione di marchi comunitari ed internazionali a favore di micro, piccole e medie imprese, nel rispetto del regolamento de minimis (per un ammontare di risorse - da assegnare - pari a Euro 4.500.000,00.)

Reti d'impresa e distretti

Il tema della diffusione della cultura delle **reti d'impresa** - strumento che può **ridare slancio competitivo alle filiere produttive** - è stato uno dei punti qualificanti dell'Accordo di programma siglato dal MiSE e da Unioncamere. L'intesa ha mobilitato in totale 10 milioni di euro per realizzare, tra le altre attività, anche progetti diretti a promuovere le reti di impresa, favorendo la stipula dei contratti di rete e supportando le imprese con appositi studi di prefattibilità e la stesura delle tipologie contrattuali. Complessivamente, sono stati **52 gli ambiti territoriali camerali** ad aderire, che hanno realizzato - anche a livello regionale - oltre 30 seminari divulgativi. Completata la fase di valutazione, 46 progetti sono in corso di realizzazione. Positivo il bilancio di fine 2011: oltre 200 i contratti di rete stipulati, che hanno coinvolto più di 1.000 imprese in quasi tutte le Regioni italiane. E' stato infine predisposto il dossier tematico "Reti d'impresa. Un'opzione credibile per lo sviluppo del sistema produttivo italiano", e una guida che affronta i temi giuridici e tributari per la loro costituzione.

Nel corso del 2011 è stata ulteriormente intensificata la collaborazione con la Federazione dei distretti italiani per il **monitoraggio sull'evoluzione dell'organizzazione produttiva e delle strategie commerciali dei distretti produttivi.** A febbraio è stata presentata in Unioncamere

la seconda edizione dell'Osservatorio nazionale distretti italiani, cui hanno collaborato altri prestigiosi istituti di ricerca (Censis, Symbola, Fondazione Edison, ecc.) oltre a Istat, Banca d'Italia e Centro Studi Confindustria. Dato anche il riscontro positivo di tale iniziativa, Unioncamere ha, pertanto, ritenuto opportuno proseguire tale collaborazione prevedendo un contributo a vantaggio della Federazione dei distretti italiani per le attività progettate in comune nell'ambito dell'Osservatorio. Il Centro Studi Unioncamere ha quindi impostato i contenuti della base dati informativa a supporto dell'Osservatorio e partecipato a numerosi incontri con i maggiori esperti italiani del settore per la stesura della terza edizione del rapporto.



Promuoviamo la regolazione del mercato

Il 2011 è stato un anno denso di appuntamenti ed importanti scadenze per la funzione di regolazione del mercato, cui hanno fatto da contrappunto numerose azioni di comunicazione istituzionale e di cooperazione fra Unioncamere ed i diversi *stakeholder*.

Mediazione e conciliazione: tempi certi, regole chiare

Il D.Lgs. 4 marzo 2010, n. 28 che ha riformato la mediazione civile e commerciale ha introdotto la **mediazione obbligatoria** a partire dal 21 marzo 2011 in diverse materie (diritti reali, divisione, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazione, comodato, affitto di agende, risarcimento danni da responsabilità medica e da diffamazione con il mezzo della stampa o con altro mezzo di pubblicità, contratti assicurativi, bancari e finanziari). In vista di tale scadenza è stato rafforzato il supporto e l'attività di coordinamento delle CCIAA affinché il Sistema camerale potesse rispondere in modo efficace e adeguato all'introduzione di questa rilevante novità legislativa. Dalla data di entrata in vigore della mediazione obbligatoria le CCIAA hanno gestito **14.374 mediazioni**, con una crescita nel mese di ottobre (circa 2.000 procedure) del 30% rispetto al numero delle mediazioni depositate nel mese di settembre. Un risultato ottenuto grazie al confronto costante con il Ministero della giustizia e con gli Ordini professionali, per garantire lo sviluppo dei servizi camerale, senza adottare misure in controtendenza rispetto alle strategie degli altri attori della mediazione pubblici e privati. Si è lavorato alla predisposizione del **nuovo regolamento di mediazione** ed alla revisione degli standard per la formazione e la selezione dei mediatori, garantendo l'uniformità ed omogeneità dei servizi a beneficio dei **90** organismi di mediazione delle CCIAA iscritti al Ministero della giustizia, che lo hanno adottato. Il pacchetto degli strumenti è stato inoltre oggetto di ulteriore revisione al fine di tenere conto delle novità introdotte dal D.M. 6 luglio 2011, n.145 correttivo del D.M. 18 ottobre 2010, n. 180, entrato in vigore lo scorso agosto. E' proseguita per tutto l'anno una stretta collaborazione ed un confronto costante con gli Ordini professionali e le Associazioni di Categoria per sostenere la mediazione, e quella obbligatoria in particolare, al fine di scongiurare i preannunciati rinvii dell'entrata in vigore della "condizione di procedibilità", che ha portato alla firma di un "**Manifesto congiunto**" (27 gennaio 2011) per l'entrata in vigore della mediazione obbligatoria. Il rapporto sulla diffusione in Italia della giustizia alternativa – giunto alla IV edizione e realizzato in collaborazione con l'ISDADI – è stato presentato in tre iniziative, e nel corso dell'anno vi è stata anche una partecipazione attiva dell'Ente alle iniziative di sistema sulla conciliazione, di ISPRAMED e di Consumers' Forum. Un quadro informativo sempre aggiornato è stato garantito dall'**Osservatorio Unioncamere sulla mediazione** che ha monitorato ogni mese l'andamento delle mediazioni e conciliazioni delle CCIAA, inviando con la stessa cadenza le statistiche relative al Ministero della giustizia; infine, i dati annuali delle conciliazioni depositate e di quelle risolte dalle CCIAA sono stati illustrati in uno specifico report.

In collaborazione con la SSB, asbl di Bruxelles è stata data visibilità a livello comunitario all'esperienza delle CCIAA su mediazione e conciliazione, grazie anche al confronto con la DG SANCO e con il Capo di gabinetto del Commissario europeo dei consumatori; si è inoltre intrapreso un approfondimento dei testi della proposta di direttiva sull'ADR (*Alternative Dispute Resolution*) in materia di consumo e la proposta di regolamento sull'ODR (*On – line Dispute Resolution*). E' stata

infine organizzata la **VIII edizione della settimana della conciliazione**, nell'ambito dell'azione di sistema "Sviluppo dei servizi di conciliazione", alla quale hanno aderito le 105 CCIAA – una manifestazione istituzionale, che ha visto oltre 70 CCIAA impegnate nella realizzazione di eventi sulla mediazione (più di 50 in una settimana), con un forte impatto comunicazionale attraverso spot televisivi e radiofonici, e un piano media che ha raggiunto il tetto di oltre 24 milioni fra contatti ed utenti. L'azione di comunicazione e di presenza istituzionale è proseguita con la partecipazione alla III edizione del **Salone della giustizia**, organizzato dal Senato della Repubblica, con uno stand tematico dedicato ai servizi di conciliazione delle CCIAA ed un workshop di approfondimento del tema della conciliazione in materia di consumo e in modo particolare sulla proposta di direttiva europea, emanata il 26 novembre 2011. Nel corso dell'anno si è registrata una partecipazione a circa **30 eventi di promozione e di studio** delle tematiche della mediazione civile e commerciale e dell'arbitrato organizzate dal Sistema camerale, dagli Ordini professionali e dalle Associazioni di categoria e dei consumatori, svolti a livello provinciale e regionale. Infine, sono stati avviati due tavoli di lavoro, uno con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'altro con l'ANIA (l'Associazione nazionale delle imprese assicurative) per la definizione di due distinti accordi rivolti allo sviluppo della mediazione.

Una delle funzioni cardine della promozione della regolazione del mercato è senza dubbio l'attività di predisposizione di **contratti - tipo tra imprese** (soprattutto piccole e medie), unitamente al **controllo sulla presenza di clausole inique** e di promozione delle clausole di risoluzione stragiudiziale delle controversie. E' proseguita la cooperazione con importanti Istituzioni e soggetti, tra cui l'Autorità Antitrust, il MiSE, le associazioni dei consumatori e delle imprese, nonché alcuni ordini professionali e associazioni sindacali; la collaborazione con centri di ricerca e istituzioni universitarie ha garantito una costante supervisione scientifica dei lavori presso Unioncamere ed assistenza agli uffici di regolazione del mercato delle CCIAA, grazie anche alle specifiche competenze nella materia del diritto dei consumi, della concorrenza e dei contratti in generale. Sono stati così predisposti **10 contratti tipo, 2 pareri sulle clausole inique e 1 codice di etica commerciale**, con particolare attenzione al settore dell'immobiliare, del commercio e dei servizi. A partire dal mese di marzo, è stato messo on-line il **portale tematico del Sistema camerale www.contratti-tipo.camcom.it** dedicato alle attività di controllo sulle clausole inique e alla condivisione dei contratti-tipo, che al 31 dicembre 2011 può vantare già oltre **700.000 pagine visitate**. Al fine di incrementare la banca dati *on line* del portale tematico e valorizzare la diffusione dei contratti e dei pareri realizzati nel 2011, sono stati acquisiti tutti i diritti d'autore degli esperti che hanno collaborato in sede locale e nazionale alla loro stesura. Grazie alla rete *intranet* presente nel portale, che consente lo svolgimento delle funzioni in forma associata (previste dall'art. 2, co. 2, lett. h) e i) della legge 29 dicembre 1993, n. 580, modificata dal D.Lgs. 15 febbraio 2010, n. 23), gli 88 uffici di regolazione attivi presso le CCIAA hanno messo in comune le procedure di predisposizione dei contratti, nonché di stesura di pareri sulle clausole inique (su segnalazione d'ufficio o di parte). Sempre nell'ambito dell'iniziativa di sistema sulla "divulgazione dei contratti-tipo" è stata realizzata una importante campagna di informazione a livello nazionale tramite i quotidiani e le riviste specializzate.

Anche l'anno 2011 è stato caratterizzato da una proficua e costante collaborazione con il MiSE per l'attuazione di **iniziative a vantaggio dei consumatori**, finanziate, fra l'altro, con i fondi Antitrust. A

Consumatori e imprese: diritti, doveri, opportunità

conclusione delle attività indicate nella Convenzione del 22 dicembre 2008 fra MiSE e di Unioncamere, è stato realizzato un **vademecum** sul tema delle garanzie post-vendita di rilevante interesse per i consumatori e le imprese, distribuito in occasione di eventi pubblici, quali il Forum PA e l'Assemblea di Unioncamere e divulgato anche attraverso un settimanale generalista di larga diffusione e tramite una versione elettronica. Alla **promozione dei diritti e delle opportunità per i consumatori** fa riferimento la Convenzione siglata nel 2010 con il MiSE e in questo quadro convenzionale sono stati individuati specifici filoni tematici. Il **progetto "Giovani consumatori nel web"**, si prefigge di rendere i giovani più consapevoli dei rischi in cui possono incorrere quando acquistano on line beni e servizi e quando scambiano informazioni attraverso il web. L'iniziativa coinvolge 50 scuole superiori secondarie, selezionate con apposito bando, e si sviluppa durante gli anni scolastici 2011/2012 e 2012/2013 con l'intento di raggiungere oltre 1.400 studenti; nel 2011 è stato possibile selezionare le scuole partecipanti, pianificare il corso di formazione e sono state stampate 52.000 copie della guida sui rischi e le opportunità di navigare in rete. Il progetto **"Iniziativa di promozione della politica europea per i consumatori"** (annualità 2011-2013) si incentra sulla tutela dei consumatori a livello comunitario. Nel 2011 Unioncamere ha concentrato i propri sforzi prevalentemente nella pianificazione di una banca dati per il monitoraggio di reclami e segnalazioni inviate dai consumatori al MiSE.

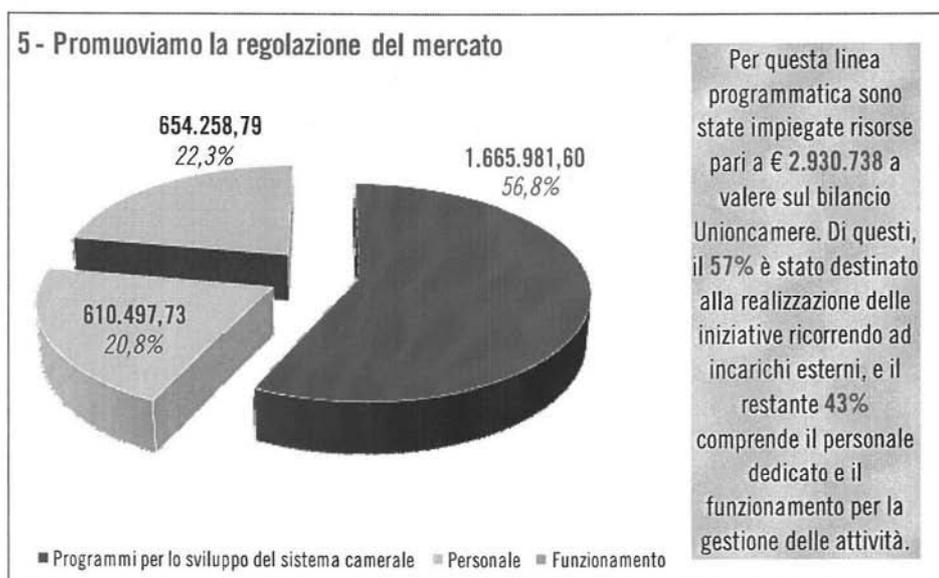
**Un mercato
trasparente
e sicuro**

Nell'ambito della regolazione del mercato, anche alla luce dell'attuazione del regolamento comunitario n. 765/2008, si sviluppa il **tema della vigilanza del mercato**. Nel 2009 Unioncamere e MiSE hanno siglato un protocollo per rafforzare tale linea di attività a garanzia di una maggiore trasparenza e sicurezza del mercato, prorogato di un anno in ragione delle molteplici attività. Il 2011 è stato caratterizzato da un forte sostegno alle 82 CCIAA aderenti al progetto, attraverso la **diffusione delle procedure per lo svolgimento dei controlli** in tema di sicurezza prodotti, la formazione per il personale camerale, incentrata prevalentemente sulle **novità normative in tema di sicurezza dei giocattoli** e sull'**autorizzazione dei laboratori** allo svolgimento della verifica periodica sugli strumenti di misura. E' stato inoltre realizzato il monitoraggio dei controlli svolti sul territorio dalle CCIAA; i settori in cui si registrano maggiori verifiche sono la metrologia legale (1.203), la sicurezza prodotti (490), l'etichettatura tessile (201) e calzaturiera (90). Unioncamere ha inoltre provveduto a trasferire alle CCIAA risorse complessive pari ad euro € 614.233,55, di cui € 397.673,55 a valere sui fondi messi a disposizione dal MiSE e € 216.560,00 sulle risorse del Fondo di perequazione.

Nell'ambito della **metrologia legale** è stato garantito il supporto alla rete degli Uffici metrici attraverso l'assistenza tecnica per la soluzione di questioni tecnico-giuridiche. In tale ambito due siti dedicati sono stati messi in linea nel 2011 uno per la metrologia legale (56.198 accessi) ed uno per la **sicurezza dei prodotti** (3.685 accessi). E' stato, inoltre, rafforzato il rapporto con le Istituzioni e le associazioni di categoria coinvolte nel recepimento e nell'attuazione della normativa comunitaria di settore. In particolare, sulla base dei primi due decreti attuativi (D.M. 18 gennaio 2011, n. 31 e 32) dell'art. 19 del D.Lgs. 24 febbraio 2009, n. 22, a Unioncamere è stato affidato il compito di valutare i requisiti e i presupposti di legge che i laboratori devono possedere per svolgere i controlli successivi e, in un secondo tempo, di esercitare su di essi la vigilanza: **nuovi e delicati compiti per l'Ente**. Le attività si sono concentrate su due tipologie di strumenti di misura (distributori di carburante e bilance a funzionamento automatico), per estenderle in seguito probabilmente anche alle restanti otto

categorie indicate nella direttiva europea 2004/22/CE, meglio nota come direttiva MID (Measuring Instruments Directive), che si applica agli strumenti di misura e ne regola la produzione, commercializzazione e la messa in servizio. Al fine di meglio dettagliare le modalità di svolgimento dei compiti affidati, come previsto nei suddetti decreti, è stato elaborato e diffuso un apposito regolamento.

Sono proseguite, infine, le attività inerenti l'implementazione del **Tachigrafo digitale**: oltre a rinnovare l'impegno di assicurare l'accesso telematico del sistema alle banche dati della Motorizzazione, si è avviata una campagna di sensibilizzazione presso tutti i titolari di carte in scadenza, con avvisi all'utenza sulla necessità di rinnovo, che ha assicurato una gestione organizzata del rilascio delle carte da rinnovare (circa 70.000 carte di rinnovo sul totale delle 140.000 dell'anno), evitando afflussi di utenza allo sportello e fornito al tempo stesso un **servizio di attenzione al cliente**, particolarmente apprezzato dai soggetti coinvolti. Notevole è stato anche l'impegno derivante dalla relazione con le Autorità che rilasciano le carte negli altri Stati membri, per assicurare il corretto flusso di informazioni, necessario a perseguire l'obiettivo che ogni utente non si doti di più di uno strumento, come la legge dispone.



Valorizziamo l'informazione economica a sostegno delle politiche

L'approfondimento e la sistematicità delle ricerche svolte dal Centro Studi Unioncamere, unitamente alla capillare attività realizzata sul territorio dagli uffici studi delle CCIAA e delle Unioni regionali, rendono oggi il Sistema camerale uno dei **principali riferimenti per le analisi sulla struttura economica, produttiva e sociale del nostro Paese**. La tempestiva capacità di lettura ed analisi dei fenomeni economici, una delle prerogative del Centro Studi Unioncamere, è stata alla base di una intensa attività di studio e reportistica per analizzare l'evoluzione della crisi in atto, che fra i suoi effetti annovera anche un acuto bisogno di informazioni economico – statistiche aggiornate e dettagliate su scala territoriale e settoriale.

**Giornata
dell'economia
il punto
sullo stato
delle economie
locali**

Il momento di maggior valorizzazione degli esiti di tali attività di ricerca è rappresentato dall'evento della **Giornata dell'economia**, che è divenuta ormai un **appuntamento centrale** per l'affermazione del **ruolo** del Sistema camerale nel campo dell'informazione economica, a livello nazionale e territoriale. In occasione della 9° edizione della Giornata dell'economia, realizzata in maniera congiunta dalle CCIAA e dalle Unioni regionali, il Centro Studi Unioncamere ha predisposto appositi report statistici e documenti di analisi sullo stato delle economie provinciali, messi a disposizione di ciascuna CCIAA e diffusi ai diversi target di utilizzatori. Tale evento è stato preceduto di un giorno da un convegno di lancio a livello nazionale, in occasione del quale il Centro Studi Unioncamere ha presentato il "Rapporto Unioncamere 2011", in cui sono state valorizzate le informazioni originali del Sistema camerale circa l'evoluzione più recente dei fenomeni economici che stanno caratterizzando il nostro Paese, approfondendo le strategie che le nostre imprese stanno perseguendo alla luce dello scenario economico nazionale e internazionale e affrontandone le principali implicazioni nei diversi territori e settori di attività. Anche attraverso il coinvolgimento diretto di soggetti imprenditoriali, in occasione di tale evento è stato possibile rafforzare il ruolo del Sistema camerale nel monitoraggio delle nuove modalità organizzative dei sistemi territoriali, con particolare riferimento alle reti d'impresa e alle filiere produttive. Alla 9° Giornata dell'economia ha aderito la quasi totalità delle CCIAA, ciascuna delle quali ha presentato e pubblicato il proprio rapporto sulle tendenze evolutive dei sistemi produttivi locali, suscitando, come di consueto, un grande interesse presso i media e l'opinione pubblica: numerose testate giornalistiche nazionali e locali vi hanno dato risalto, spesso con servizi dettagliati.

**Starnet:
il portale
statistico
del sistema
camerale**

L'ufficio **SISTAN di Unioncamere** si è inoltre impegnato in un più efficace **coordinamento degli uffici di statistica delle CCIAA e delle Unioni regionali**, favorendo la realizzazione di apposite iniziative formative e seminariali e, soprattutto, attraverso la gestione e l'implementazione del portale Starnet ("Statistica in rete"), grazie al quale si è rafforzata la "*community*" professionale degli uffici studi e statistica del Sistema camerale. Nell'ambito dell'attività

istituzionale dell'ufficio SISTAN quale organo del Sistema Statistico Nazionale (ai sensi del D.Lgs. 6 settembre 1989, n.322), per il 2011 è stata inoltre prevista la realizzazione delle indagini, elaborazioni e studi progettuali inseriti nel Programma Statistico Nazionale. Tra queste sono comprese alcune specifiche ricerche, nel campo dell'analisi economica e statistica, realizzate da anni dall'Istituto Tagliacarne per conto dell'Unioncamere, valorizzando originali serie storiche di dati ed informazioni acquisite, elaborate e strutturate dalla Fondazione medesima secondo modalità e caratteristiche peculiari. Tali attività di ricerca congiunta hanno riguardato l'aggiornamento e l'approfondimento di iniziative quali le "Stime sul valore aggiunto regionale, provinciale e settoriale", le "Stime delle dotazioni infrastrutturali provinciali" e quelle relative a "Reddito, ricchezza e povertà delle famiglie", nonché specifiche elaborazioni statistiche, a livello regionale, provinciale o sub-provinciale, finalizzate alla realizzazione dell'Atlante della competitività territoriale. Da ultimo, a completamento delle ricerche previste per l'annualità 2011 ed inserite nel Programma Statistico Nazionale, Unioncamere ha realizzato l'indagine sui **"Costi e Livelli di soddisfazione delle imprese per i servizi resi dalla P.A."**.

L'acuirsi della crisi economica, che sempre più nel corso dell'anno ha investito il mondo delle imprese, ha reso più pressante la domanda di informazione economico-statistica espressa da vari soggetti, a livello nazionale e, ancor più, territoriale. In questa fase si è, quindi, imposta un'intensificazione degli sforzi di Unioncamere - e di tutto il Sistema camerale - per cogliere e interpretare in maniera tempestiva l'evoluzione dei fenomeni economici, nonché le relative implicazioni nei diversi settori di attività, con particolare riferimento al tessuto delle imprese di piccola e media dimensione. In risposta a tali esigenze conoscitive, nel 2011 è stato rafforzato il sistema di monitoraggio svolto dal Centro Studi su base trimestrale circa gli andamenti economici dei diversi settori dell'industria manifatturiera, delle costruzioni, del commercio, del turismo, degli altri servizi alle imprese e alle persone, dell'artigianato. In questo contesto di analisi a carattere congiunturale, sono state realizzate **12 indagini campionarie nazionali e circa 100 sovracampionamenti a livello sia provinciale che regionale**, i cui risultati sono stati diffusi attraverso appositi comunicati stampa. Inoltre, sul versante delle analisi a carattere previsionale, un nuovo impulso è stato dato da Unioncamere alla collaborazione con Prometeia, con la quale sono stati predisposti due **scenari** di sviluppo per il 2011, diffusi entrambi in occasione della 9^a Giornata dell'economia: il primo riguardante, come di consueto, le economie regionali e provinciali, il secondo invece l'evoluzione attesa dei mercati internazionali e il possibile impatto sulle performance delle imprese nei diversi territori e nei diversi comparti del manifatturiero. Nella seconda metà dell'anno 2011, essendo state riviste dallo stesso Governo le previsioni dei principali aggregati macroeconomici in seguito al forte indebolimento dell'economia delle principali aree sviluppate, si è ravvisata la necessità di predisporre un nuovo **aggiornamento degli scenari predisposti a maggio 2011**, sia per poter fornire alle CCIAA nuovi indicatori previsionali a livello provinciale e regionale, sia per poter disporre, da parte del

L'informazione
economica
per il
monitoraggio
della crisi
e la definizione
delle misure
d'intervento

Centro Studi Unioncamere, di informazioni utili alla predisposizione di documenti a carattere economico in vista dell'Assemblea dei Presidenti delle CCIAA tenutasi nel mese di dicembre.

Sul versante internazionale, il **Centro Studi Unioncamere** ha inoltre realizzato in collaborazione con **Eurochambres** l'indagine annuale "Eurochambres economic survey 2011" sull'andamento congiunturale e sulle previsioni a breve termine delle PMI europee, con riferimento all'economia italiana. L'indagine ha consentito di analizzare l'andamento dei principali indicatori economici (fatturato, export, investimenti, occupazione, clima di fiducia) registrato dalle imprese italiane e di effettuare una comparazione territoriale con le analoghe indagini realizzate in 27 diversi Paesi europei. Con riferimento specifico alla proiezione internazionale dell'Italia nei **Paesi del Mediterraneo**, è stato inoltre realizzato in collaborazione con centro ricerche Cresme un rapporto di ricerca finalizzato ad analizzare e valutare i possibili scenari legati all'**evoluzione politico-economica dei Paesi del Nord Africa** e del relativo impatto sui segmenti dell'economia italiana a maggiore consuetudine di rapporti con queste aree. A tali linee di ricerca a carattere principalmente economico-statistico è stata poi affiancata la realizzazione del "**Rapporto sulle piccole e medie imprese e le economie locali**", finalizzato al monitoraggio dell'apparato produttivo italiano di piccole e medie dimensioni sia nei comparti industriali che in quelli dei servizi, le cui formule organizzative hanno subito particolari cambiamenti in questa delicata fase dell'economia internazionale. Nel corso del 2011 è stata infine completata l'edizione 2010/2011 del rapporto "**Sistema Italia**", avente come obiettivo l'approfondimento delle caratteristiche evolutive dei sistemi socio-economici regionali e del loro ruolo strategico per il rilancio della crescita economica e civile del Paese.

Capacità
innovativa,
nuove formule
organizzative e
creazione
d'impresa

Coerentemente alla finalità di approfondire le **tematiche relative alle dinamiche dell'innovazione**, per quantificare la consistenza del processo di modernizzazione del tessuto produttivo del nostro Paese e contribuire alla definizione di adeguate politiche economiche di sostegno alle imprese, Unioncamere, in collaborazione con la Fondazione Censis, ha realizzato una ricerca finalizzata a mappare le aree a più intensa capacità di innovazione e a definire alcune possibili dinamiche di crescita future. In considerazione del fatto che le **formule di aggregazione imprenditoriale in rete** rappresentano una delle principali modalità attraverso le quali il nostro sistema produttivo può oggi superare i vincoli legati alla dimensione aziendale e affrontare le sfide della competitività, Unioncamere ha inoltre avviato nel 2011 un'attività di ricerca, congiuntamente alla Fondazione per la ricerca giuridico economica sugli enti non profit e le imprese, con l'obiettivo di verificare la capacità dei **modelli di rete** di rappresentare **strumenti di accrescimento della capacità competitiva e innovativa delle imprese** e, più in generale, di individuare quali modelli di collaborazione rispondano con maggiore efficienza ed efficacia a tale obiettivo nell'attuale contesto del mercato italiano ed europeo. Infine, dopo una sperimentazione condotta a inizio anno con riferimento al 2010, è stata portata a regime una

nuova linea di ricerca avente come oggetto le nuove imprese iscritte ai registri camerali nel corso del 2011 e riguardante le **caratteristiche dei neo-imprenditori e le motivazioni alla base della loro scelta di “mettersi in proprio”**. Tale ricerca si è basata sulla somministrazione di un questionario via web all'universo delle nuove imprese create nel corso dei due semestri dell'anno, nei diversi settori economici e nelle diverse aree geografiche del Paese.

Il Centro Studi cura da ormai nove anni un'attività di elaborazione sull'universo dei **bilanci delle società di capitale**, volta a favorire una più approfondita **analisi economica su scala settoriale e territoriale in Italia e ad analizzare performance e comportamenti di alcune specifiche tipologie imprenditoriali** (società partecipate e controllate dagli enti locali, cooperative, ecc.). I dati così ottenuti sono stati utilizzati nell'ambito di una serie di ricerche ed indagini svolte dal Centro Studi Unioncamere e valorizzati sia nell'ambito della Giornata dell'Economia, sia attraverso la predisposizione di specifici rapporti di approfondimento, anche a livello territoriale. Tra questi, va menzionato il rapporto su **“Le società partecipate dagli Enti Locali”**, che il Centro Studi Unioncamere realizza a partire dal 2007 al fine di valutare il ruolo di Comuni, Province e Regioni nella crescita competitiva delle economie territoriali, attraverso la gestione di infrastrutture e l'offerta di servizi alle imprese e ai cittadini. Tale ricognizione sul cosiddetto **“capitalismo municipale”** è proseguita nel 2011 attraverso un approfondimento, curato insieme a R&S-Mediobanca, su **“Economia, finanza ed efficienza delle maggiori società partecipate dagli enti locali”**, attraverso l'esame in dettaglio degli indicatori di bilancio, di efficienza e qualità delle maggiori società (intese come quelle con oltre 50 milioni di fatturato annuo) nelle quali la partecipazione cumulativa degli enti locali sia di almeno un terzo del capitale. Grazie alla disponibilità di dati di bilancio e di informazioni sull'assetto proprietario delle società di capitale, è stato infine possibile ricostruire anche per il 2011 l'universo delle **medie imprese industriali italiane**, un segmento del nostro tessuto produttivo le cui dinamiche forniscono un importante contributo alla comprensione della ristrutturazione che il sistema economico italiano aveva già intrapreso prima della crisi economica internazionale. Operando nei settori che costituiscono il tradizionale modello di specializzazione italiano (meccanica, elettronica, metallurgia, beni per la persona e la casa, chimica e farmaceutica, alimentare), esse hanno ottenuto nell'ultimo decennio risultati superiori non solo alle piccole ma anche alle grandi imprese, sia per la capacità di ampliare le quote di mercato all'estero, sia per quanto riguarda i profitti realizzati. Nel dettaglio, per il 2011 è stato realizzato l'aggiornamento dell'indagine annuale sulle medie imprese industriali svolta da Unioncamere insieme a Mediobanca a partire dal 1999, mirando (anche attraverso la realizzazione di una specifica indagine campionaria) sia a misurare il grado di robustezza delle medie imprese di fronte allo scenario economico nazionale e internazionale, sia a far luce sui fattori competitivi sui quali questo importante segmento dell'economia italiana può far leva per riprendere con vigore la strada della crescita. Il rapporto annuale, frutto di tali analisi, è stato presentato in occasione di un convegno nazionale

L'evoluzione
delle società
di capitale:
dal capitalismo
municipale
alle medie imprese
industriali

presso la sede di Unioncamere e di due convegni organizzati a livello territoriale, con riferimento alle Regioni del nord-ovest e del nord-est.

Il monitoraggio di prezzi e tariffe per sostenere la fiducia di imprese e consumatori

Le funzioni **di monitoraggio e di trasparenza sui prezzi e le tariffe** vengono sviluppate dall'Indis sia con riferimento ai prezzi all'ingrosso e al dettaglio, che con riferimento alla struttura e all'evoluzione delle tariffe pubbliche locali per evidenziarne le differenze (e le sottostanti motivazioni) nei diversi contesti territoriali. L'obiettivo delle attività di monitoraggio è quello di **offrire strumenti volti a promuovere e sostenere la fiducia delle imprese e dei consumatori**, che siano in grado di far comprendere i criteri di formazione dei prezzi e delle tariffe, monitorandone il relativo andamento. L'analisi al dettaglio, viene effettuata sia tenendo conto dei dati pubblici di fonte ISTAT che, dei dati mensili provenienti dalle centrali d'acquisto della grande distribuzione organizzata, il cui vantaggio è quello di poter raccogliere le anticipazioni formulate dagli operatori circa le variazioni attese per i mesi a venire, consentendo di segnalare tempestivamente eventuali tensioni e/o anomalie lungo la filiera distributiva. Sul fronte dei prezzi all'ingrosso, a seguito di un accordo di collaborazione con Borsa Merci Telematica Italiana (BMTI), è stata implementata la rete di monitoraggio sui mercati all'ingrosso dei prodotti ittici e delle carni, che vanno ad integrare e arricchire le quotazioni dei mercati telematici attivi. Inoltre, per valorizzare il patrimonio informativo delle CCIAA nel settore agricolo, agroalimentare e ittico, è stato realizzato il portale nazionale dei prezzi all'ingrosso, **www.agriprezzi.it**, che permette di raccogliere in un unico spazio telematico i prezzi all'ingrosso e le analisi realizzate su prodotti e settori oggetto del monitoraggio. Sul tema delle tariffe, nel rafforzare il presidio avviato tre anni fa con le prospettive della territorializzazione delle analisi con l'ausilio delle Unioni regionali, è stato ultimato il monitoraggio sulle tariffe dei servizi pubblici locali pagate dalle famiglie e sulle tariffe gravanti sulle PMI, i cui risultati sono confluiti nel **"Rapporto prezzi e tariffe 2011"**, che contiene un set informativo analitico ed approfondito sulla struttura e la dinamica delle tariffe dei servizi pubblici locali e la loro relazione con il costo della vita e l'incidenza della spesa sui bilanci di famiglie e imprese, e il costo della fornitura di energia elettrica e del gas naturale pagato dalle PMI. Il rapporto mira ad accreditare il mondo delle CCIAA come interlocutore sulle tematiche relative alle tariffe locali. L'attività di analisi sui prezzi e le tariffe confluisce nelle riunioni dell'Osservatorio "Prezzi e mercati", in cui vengono svolte analisi e valutazioni economiche con i principali soggetti pubblici e privati interessati alle tematiche e che si intende regionalizzare'. Sempre in materia di prezzi è proseguita la collaborazione con l'ISTAT per la rilevazione dei prezzi all'ingrosso dei prodotti del legname. L'attività è in fase sperimentale e progettuale, e viene svolta – con il supporto tecnico di BMTI – con l'obiettivo di armonizzare i sistemi di raccolta dati tra il Sistema camerale e l'ISTAT. L'Indis, anche nel quadro di una **Convenzione tra l'Unioncamere e il MiSE** stipulata per realizzare iniziative di promozione dei diritti e delle opportunità per i consumatori e per le imprese, collabora alla redazione della newsletter che l'Osservatorio prezzi del MiSE