

CAPITOLO I – Il Sistema Camerale

I consigli camerali e la loro programmazione pluriennale

Il numero dei componenti dei Consigli camerali è determinato in base al numero delle imprese iscritte nel Registro delle imprese o nel Registro delle ditte ovvero annotate nello stesso, nel modo seguente:

- sino a 40.000 imprese: 20 consiglieri;
- da 40.001 a 80.000 imprese: 25 consiglieri;
- oltre 80.000 imprese: 30 consiglieri.

Gli statuti definiscono la ripartizione dei consiglieri secondo le caratteristiche economiche della circoscrizione territoriale di competenza in rappresentanza dei settori dell'agricoltura, dell'artigianato, delle assicurazioni, del commercio, del credito, dell'industria, dei servizi alle imprese, dei trasporti e spedizioni, del turismo e degli altri settori di rilevante interesse per l'economia della circoscrizione medesima.

Il consiglio definisce gli indirizzi generali e l'approvazione del programma pluriennale di attività della Camera di commercio, nonché il relativo bilancio preventivo, le sue variazioni e il conto consuntivo.

Il programma pluriennale indica il processo decisionale strategico della Camera fissando gli impegni del Consiglio, per tutta la durata del suo mandato, in termini di priorità di intervento, di obiettivi strategici, di risultati attesi e di risorse necessarie.

L'attività si realizza attraverso:

- l'innovazione e il miglioramento dei servizi amministrativi alle imprese (e-Government, automazione servizi, semplificazione delle procedure e accessibilità, avvio nuovi servizi);
- la promozione e lo sviluppo dell'economia locale e del territorio (internazionalizzazione, innovazione, valorizzazione delle produzioni tipiche, credito, investimenti in infrastrutture);
- l'intervento in settori specifici ritenuti strategici per il territorio (turismo, ecc.).

Al fine di realizzare la programmazione pluriennale vengono identificati i risultati specifici da conseguire, con le caratteristiche fondamentali di specificità, di misurabilità e di realtà, individuando le risorse previste per la realizzazione dei programmi medesimi.

Risulta di particolare importanza il coinvolgimento attivo dei soggetti destinatari dei servizi camerali o partner nella loro realizzazione, quali le imprese, le associazioni di categoria e tutti gli altri soggetti pubblici e privati con i quali la Camera collabora per lo sviluppo del territorio e dell'economia.

Si riportano di seguito le principali aree tematiche di intervento evidenziate per il loro carattere di innovatività rispetto alle altre aree già attivate dalle Camere di commercio:

- e-government
- territorio e sviluppo locale: marketing territoriale, turismo
- infrastrutture: logistica, trasporti
- innovazione e qualità dell'ambiente: certificazione ambientale
- innovazione e qualità del prodotto: filiere, made in Italy
- formazione
- internazionalizzazione

La struttura della rete

L'utilizzo sempre più avanzato delle infrastrutture tecnologiche ha consentito la crescente capacità da parte delle Camere di commercio di rispondere alla variegata domanda di servizi e di sviluppo proveniente dai diversi punti del territorio italiano, attraverso la creazione di osservatori in grado di controllare il livello di sviluppo della rete, il potenziamento di un sistema informativo in grado di diffondere le informazioni tra i diversi punti del sistema, il rafforzamento di nuove professionalità in grado di comprendere, progettare e gestire i sistemi organizzativi a rete

Per raggiungere i fini istituzionali, le Camere di commercio hanno avviato una strategia di interconnessione tra loro e con le altre strutture (i singoli enti camerali sul sistema camerale, la rete delle Camere di commercio italiane all'estero, i Comuni, la Provincia e la Regione).

L'elemento centrale della rete, rappresentato dalle 105 Camere di commercio con i loro oltre 2.600 Consiglieri, realizza la sua attività di sviluppo attraverso:

- la costruzione e/o partecipazione a reti territoriali, come nel caso delle partecipazioni a società e consorzi con altri soggetti pubblici e privati o come nel caso degli investimenti in infrastrutture;
- l'utilizzo di Aziende speciali, attraverso le quali la Camera di commercio è in grado di fornire una risposta personalizzata soprattutto alle esigenze delle imprese altrimenti non soddisfatte dal mercato;
- la presenza capillare sul territorio, sia attraverso la presenza fisica, grazie anche alle sedi decentrate, sia soprattutto attraverso la digitalizzazione dei servizi.

Particolare rilevanza assume la dimensione internazionale della rete camerale che, con le strutture di coordinamento delle Camere di commercio italiane all'estero e le Camere di commercio italo-estere, fornisce una dimensione europea ed extra-europea al complesso sistema di relazioni sopra menzionato.

Le Aziende speciali

Le aziende speciali sono strumenti operativi delle camere di commercio che esercitano specifiche attività di servizio; le strategie e la programmazione di tali attività vengono, infatti, determinate all'interno delle politiche di intervento della Camera di commercio che ha istituito l'Azienda, divenendo quindi quest'ultima un importante strumento dell'attività di servizio che l'ente camerale svolge nei confronti delle imprese e del territorio più in generale.

Le azioni delle Aziende speciali si collocano quindi in quelle attività di supporto diretto o indiretto alle imprese che non possono essere svolte da soggetti privati. Si pensi, ad esempio, alle azioni realizzate dalle Aziende speciali in materia ambientale, che hanno permesso di analizzare il rapporto tra impresa e ambiente in termini di fabbisogni ambientali delle imprese, di migliori tecnologie disponibili, di tipologie di servizi ambientali, di sistemi di gestione ambientale, di sistemi di riduzione dei consumi energetici, di utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili, di nuove tecnologie. Sono tutte azioni che sono state realizzate attraverso il coinvolgimento nelle attività di tutte le "parti interessate" (gli enti pubblici territoriali, le associazioni di categoria, le imprese, i lavoratori, i cittadini), ma anche dei soggetti provenienti dal mondo universitario, della ricerca e della consulenza e di tutti i soggetti privati che offrono soluzioni tecnologiche in tema ambientale; il ruolo dell'Azienda speciale è stato quello non solo di garante dell'applicazione della complessa normativa volta a tutelare l'ambiente, ma anche di "catalizzatore" di istanze, di fabbisogni da parte delle imprese di assistenza e dell'offerta da parte del terziario avanzato. Analogo discorso si può applicare alle altre aree di intervento delle Aziende speciali, come ad esempio l'innovazione e il trasferimento tecnologico.

Diverse sono le aree di intervento delle Aziende speciali, ognuna delle quali si è specializzata in un settore di intervento anche in risposta alle specifiche esigenze territoriali:

- ambiente
- arbitrato e conciliazione
- finanza
- gestione delle infrastrutture
- formazione e servizi per la gestione d'impresa,
- innovazione e trasferimento tecnologico,
- promozione economica
- laboratori chimico-merceologici
- internazionalizzazione.

Risulta pertanto particolarmente importante rafforzare i punti di contatto tra l'Azienda e la Camera di commercio, tenendo conto delle competenze delle aziende speciali. Risulta inoltre importante analizzare le attività delle aziende speciali all'interno del programma di valutazione del conseguimento dei risultati, la pianificazione dei nuovi obiettivi e l'analisi delle risorse per la realizzazione, diffondendo all'interno della Camera di commercio le attività svolte dall'azienda speciale.

Le risorse organizzative e professionali

Al fine di garantire servizi di qualità le Camere di commercio hanno sperimentato nuovi approcci, nuove metodologie e nuovi strumenti.

Sul versante dei processi di servizio alle imprese l'attività, confermando i trend già rilevanti negli anni precedenti, ha riguardato progetti, azioni e programmi inscrivibili in tre aree obiettivo finalizzati a:

- aumentare la capacità di leggere i fabbisogni delle imprese e nello stesso tempo di renderle partecipi delle attività della Camera di commercio. In questo filone di interventi sono presenti non solo le tradizionali attività di comunicazione, ma anche le attività finalizzate a rendere il contatto con le imprese sempre più "personalizzato", anche grazie all'utilizzo delle tecnologie di Customer Relationship Management che hanno permesso alle Camere di commercio di "patrimonializzare" la conoscenza delle caratteristiche e delle specifiche esigenze dell'utente impresa e quindi di rendere non solo la comunicazione più mirata, ma anche di progettare servizi più efficienti ed efficaci.
- semplificare i processi amministrativi e l'accesso ai servizi sia attraverso un'azione di semplificazione della normativa e della modulistica, sia mediante l'adozione di sistemi tecnologici di accesso attraverso i quali l'impresa può usufruire sempre di più della vasta gamma di servizi della Camera di commercio.
- aumentare e consolidare la tipologia e la qualità dei servizi di supporto allo sviluppo dell'impresa. In questo obiettivo rientrano tutte le azioni volte a supportare lo sviluppo delle imprese ed in particolare a:
 - 1) favorire il trasferimento dell'innovazione alle piccole e medie imprese, moltiplicando i punti di contatto con il sistema della ricerca;
 - 2) contribuire allo sviluppo di un sistema scolastico e universitario davvero all'avanguardia e collegato strettamente al mercato del lavoro;
 - 3) internazionalizzare le imprese, puntando a far crescere gli investimenti produttivi all'estero e gli investimenti esteri in Italia, valorizzando la presenza nei mercati dell'Est e del Mediterraneo;
 - 4) promuovere la qualità e la tutela dei prodotti, soprattutto agroalimentari, e la valorizzazione dei territori e del turismo.

Con la firma digitale, il protocollo informatico, il servizio di posta elettronica certificata e quello di

conservazione sostitutiva, il sistema per la gestione elettronica dei flussi documentali completa la gamma delle soluzioni a disposizione delle Camere di commercio e della Pubblica Amministrazione, per sostenerle nella continua evoluzione verso un modello più moderno ed efficiente.

La partecipazione in enti, società e infrastrutture per il territorio

Il coinvolgimento diretto, nei Consigli e nelle Giunte camerali, di rappresentanti del mondo delle imprese, di lavoratori e consumatori permette ad ogni Camera di promuovere il miglioramento, in termini di accessibilità, efficienza, efficacia e qualità, del complesso di servizi erogati alle imprese.

Come già sottolineato, la disponibilità e funzionalità di una moderna ed estesa rete infrastrutturale rappresenta uno degli elementi più incisivi per favorire il processo di modernizzazione del Paese. Le infrastrutture hanno infatti un ruolo molto importante nello sviluppo economico dei territori sui cui insistono, ed è per questo che, da molti anni, le Camere di commercio dedicano un forte impegno in tale settore, all'interno del quale rivestono un ruolo primario sia come punti di raccolta, progettazione e proiezione delle esigenze infrastrutturali della geografia locale verso le pubbliche amministrazioni, che come soggetti che partecipano ad Aziende.

In qualità di soggetti istituzionali, infatti, gran parte delle Camere di commercio, ed alcune Unioni regionali, controllano quote di capitale di Società, Enti, Aziende e Consorzi operativi nella realizzazione e gestione di molte tipologie infrastrutturali quali reti autostradali e ferroviarie, infrastrutture portuali, aeroportuali, interportuali e per l'intermodalità e logistica, mercati, fiere, centri commerciali, reti energetiche, etc.

Le principali aree di intervento riguardano:

- Infrastrutture di supporto all'economia (sistema fieristico ed espositivo; mercati all'ingrosso);
- Infrastrutture di trasporto (strade ed autostrade; infrastrutture portuali; infrastrutture aeroportuali; centri intermodali);
- Infrastrutture di rete (impianti e reti ambientali; impianti di telecomunicazione; impianti energetici).

E-government

La carta nazionale dei servizi-CNS

La CNS, unendo in un unico supporto il certificato di sottoscrizione per la firma digitale a valore legale di atti e documenti e quello di autenticazione dell'identità del titolare, si caratterizza come un'importante evoluzione della smart card; essa contiene i dati identificativi del titolare, il codice numerico di identificazione della carta, le date del suo rilascio e della sua scadenza (ha validità non superiore a sei anni). Essa consente a tutte le imprese, attraverso il sito, l'accesso ai servizi legati alla propria posizione, ed in particolare visura ordinaria, visura storica, visura artigiana e scheda società, modello di dichiarazione sostitutiva del certificato Registro imprese, statuti, atti e bilanci depositati, situazione dei pagamenti del diritto annuale; stato delle pratiche del Registro imprese.

Il portale

Le attività della rete camerale mirate alla diffusione della Carta Nazionale dei Servizi hanno trovato una naturale integrazione con quelle di promozione all'utilizzo del portale "impresa.gov.it"; il progetto "Servizi Integrati alle Imprese - portale impresa.gov" trae origine dalla sottoscrizione di un Protocollo di Intesa (2001) tra il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, il Ministero delle Attività Produttive (attuale Ministero per lo Sviluppo Economico) e l'Unioncamere, nell'ambito delle azioni tese a semplificare i rapporti tra la Pubblica Amministrazione e le imprese.

Il portale ha lo scopo di integrare gli archivi amministrativi del Registro delle imprese, dell'INPS, dell'INAIL per semplificare e ridurre gli adempimenti da parte delle imprese nonché di fornire informazioni per le imprese in relazione a:

1. adempimenti imposti dalla P.A. centrale e locale per l'avvio e l'esercizio delle attività d'impresa;
2. contenuti dei siti web della P.A. centrale e locale rivolti alle imprese;
3. finanziamenti, agevolazioni ed incentivi;
4. normative e bandi di gara.

La posta elettronica certificata

L'introduzione nella normativa italiana della Posta Elettronica Certificata (PEC), ha messo a disposizione dei privati, delle aziende, dei professionisti e delle Pubbliche Amministrazioni uno strumento efficace, economico e sicuro che garantisce alle comunicazioni via internet lo stesso valore legale delle raccomandate con avviso di ricevimento.

Il Codice della P.A. Digitale ha conferito alla PEC un valore mai attribuito finora alle comunicazioni su web, rendendo la ricezione dei messaggi opponibile a terzi in caso di contenzioso.

Tra gli elementi caratterizzanti della PEC, si segnalano:

- risparmi consistenti rispetto ai costi di invio delle raccomandate;
- maggiore efficienza grazie all'eliminazione della gestione della carta, delle code agli sportelli e dei tempi di consegna;
- certificazione dell'invio e dell'avvenuta consegna, tramite ricevute, con attestazione dell'ora esatta;
- certificazione completa del contenuto delle comunicazioni (messaggio e allegati);
- invio simultaneo a più destinatari;
- accesso sicuro alla webmail anche con certificato di autenticazione ospitato sulla smart card.

Il progetto per la promozione dei servizi camerali – Customer Relationship Management (CRM)

Con Customer Relationship Management si fa riferimento ad un insieme di attività e tecnologie che hanno l'obiettivo di conseguire una maggiore conoscenza della propria clientela che consenta di impostare azioni di informazione, di comunicazione e di servizi promozionali personalizzate, da veicolare all'utenza utilizzando più canali di comunicazione.

Il sistema camerale si avvale di una struttura informatica per quanto riguarda il registro delle imprese in grado di garantire l'integrazione e l'interoperabilità con altre piattaforme attraverso due moduli operativi: il front-office in grado di fornire assistenza all'utenza, il back-office in grado di attuare la cooperazione tra gli enti.

Internazionalizzazione

Il sistema camerale ha sviluppato in questi anni reti territoriali e globali consolidando la collaborazione con le Camere di commercio italiane all'estero. Questa collaborazione tra rete delle Camere di commercio e rete delle Camere di commercio italiane all'estero, apporta al sistema italiano elementi di grande novità, che vanno nel segno di una più attuale concezione degli interventi promozionali.

In particolare, lo sviluppo di una comune progettualità, tra Camere italiane e italiane all'estero, in questo settore, può comportare:

- una più autentica e immediata comprensione dei contesti paesi esteri e un maggiore adattamento delle strategie e delle azioni di promozione al mercato in cui si vuole andare ad operare, con un risultato di maggiore efficienza ed efficacia di queste ultime;
- una maggiore attenzione alla costruzione di "percorsi" promozionali (spesso caratterizzati da interventi di filiera);
- l'affermazione di una logica "partenariale" dello sviluppo economico, in cui i progetti di promozione delle imprese e dei territori italiani trovano vantaggiosa coesistenza e reciproca soddisfazione in quelle dei propri interlocutori esteri;
- una più attuale attenzione alle risorse umane, motore fondamentale per le imprese, in particolare per le P.M.I., che prende in considerazione concretamente i diversi aspetti che attengono a questo tema: la dimensione formativa dei giovani tra università e imprese; la collaborazione con professionalità italiane emigrate all'estero e oggi in grado di fornire competenze e conoscenze di grande valore ai giovani e ai lavoratori italiani; la formazione in Italia di studenti e professionalità estere, allo scopo di migliorare nel medio lungo periodo le relazioni tra l'Italia e alcuni Paesi esteri in grado di apportare risorse strategiche anche in termini di know-how;
- infine, una maggiore attenzione all'immagine italiana e a come viene percepita all'estero, attivando leve diverse e prima solo occasionalmente collegate tra loro: economia, turismo, cultura e patrimonio ambientale. Ciò è avvenuto anche grazie all'attento lavoro di monitoraggio effettuato dalle Camere nei loro punti di osservazione estera.

Oltre che nei settori tradizionali del "made in Italy", crescono i progetti nel campo dell'innovazione, della ricerca, delle infrastrutture e logistica, della qualificazione del capitale umano, dello sviluppo dell'imprenditorialità attraverso il modello del distretto all'estero, della distribuzione commerciale, della finanza per le P.M.I., dell'impatto ambientale. Crescono infine i progetti che favoriscono l'attrazione degli investimenti in Italia e il marketing territoriale come ad esempio:

- la promozione delle produzioni agroalimentari nei Paesi dell'Europa Centrale
- la promozione del "made in Italy" in India
- la promozione del "made in Italy" in Cina
- Chamber Link

Obiettivo di questo progetto è realizzare iniziative di scambi di esperienze e di sensibilizzazione all'internazionalizzazione del territorio italiano, attraverso una mutua conoscenza tra Camere di commercio italiane all'estero e strutture del sistema camerale italiano, utilizzando la formula della visita di studio in Italia.

Le camere di commercio italiane all'estero sono un soggetto associativo privato che opera però in una logica istituzionale di servizio diretto alle imprese; hanno come obiettivo il conseguimento di elevati livelli di efficacia nell'erogazione dei servizi, perché la loro attività è regolata dal principio del cofinanziamento parziale (e tendenzialmente decrescente in termini percentuali); sono un soggetto binazionale, che interviene in particolare per le operazioni di consolidamento della presenza italiana sui mercati esteri nonché per lo sviluppo della *partnership* di imprese estere con aziende italiane.

La maggior parte dei progetti e delle azioni realizzate dalle Camere di commercio all'estero tende a promuovere in modo integrato il territorio italiano, valorizzandone sia l'aspetto economico e delle tipicità, sia l'aspetto dei beni artistici e culturali, sia il patrimonio ambientale e paesaggistico. Questa modalità di "promozione integrata" è stata ampiamente riconosciuta e incoraggiata dalle linee direttrici per l'attività promozionale emanate annualmente dal Ministero delle Attività Produttive e diviene tanto più efficace quanto più ci si stacca da un concetto di promozione di prodotto e si passa invece a quello di promozione economica e di filiera. All'estero e in particolare in quelle aree del mondo più lontane culturalmente e/o geograficamente dall'Italia, il confronto con il territorio in cui si è originato un

distretto produttivo, in cui si sono sviluppati dei saperi e dove risiede ancora il valore aggiunto di una certa creatività — intesa sia nell'aspetto ideativo che in quello di manifattura — diviene una carta strategica per la promozione e anche per la migliore percezione del "made in Italy" all'estero.

A queste, si affiancano le iniziative di filiera che riguardano il sistema agroalimentare, i servizi per il "made in Italy" (istituzionale, design, economia, legale, fiscale, tutela ambientale), il sistema moda, la logistica, la filiera del turismo, tempo libero e attività editoriali.

Nella progettazione delle Camere sta crescendo l'attenzione verso settori che rispecchiano sempre di più da un lato le esigenze del mercato internazionale, dall'altro anche le possibilità del territorio italiano, che — sebbene conosciuto all'estero soprattutto per i beni di consumo di lusso — sta rivelando punte di eccellenza anche nel campo scientifico, tecnologico e della ricerca (biotecnologia, nanotecnologia, telemedicina, aerospazio, energie rinnovabili). Questi settori coinvolgono in progetti specifici oltre il 50% delle Camere appartenenti a tutte le aree del mondo. Alla base dei progetti vi sono sempre più *partnership* già collaudate in precedenza con Università, centri di Ricerca, ma anche con i *Business Innovation Center* attraverso uno specifico accordo per facilitarne la collaborazione con le Camere, con le strutture specializzate sull'innovazione delle Camere di commercio e con le Regioni. Le controparti estere sono aziende e/o centri di ricerca interessati a scambiare know-how e a procedere insieme per verificare opportunità di collaborazione.

Orientamento, formazione, alternanza scuola-lavoro e mercato del lavoro

Il sistema camerale ha proseguito nello sviluppo di una serie di attività nel campo della formazione del capitale umano e del mercato del lavoro, finalizzate soprattutto a rafforzare il rapporto tra sistemi formativi e territorio. In tale contesto, quindi, il sistema delle Camere di commercio ha attivato e sviluppato un'ampia e diversificata gamma di servizi, concentrando i propri sforzi specialmente sui seguenti ambiti:

- supporto, a partire dai dati del Sistema Informativo per l'occupazione e la formazione "Excelsior", al collegamento tra i vari canali formativi e le esigenze delle imprese e dei diversi territori, nonché alle funzioni ed alle reti di orientamento scolastico-universitario e professionale per favorire, le scelte degli studenti e delle persone in cerca di occupazione;
- realizzazione di un sistema efficiente su tutto il territorio nazionale che garantisca l'inserimento di percorsi in alternanza sia nei licei e nell'istruzione e formazione professionale (in attuazione dell'art. 4 della Riforma Moratti) che nell'IFTS (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore) e nei corsi universitari (lauree triennali e specialistiche), tramite un adeguato supporto progettuale, informativo ed organizzativo per i tirocini formativi ed altri tipi di esperienze in ambito lavorativo, soprattutto per quanto concerne il loro sviluppo nei contesti di piccola impresa, con il supporto dei servizi tecnologici offerti tramite la banca dati;
- sperimentazione di nuovi servizi ed iniziative che, partendo dalla rilevazione dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese locali, favoriscano ed accompagnino l'incontro domanda-offerta di lavoro;
- sviluppo di una cultura del lavoro imprenditoriale e dell'auto-impiego;
- sostegno ai processi di aggiornamento e formazione continua e permanente di imprenditori, manager, quadri e tecnici, con particolare riguardo per addetti delle piccole e medie imprese.

Unitamente alle azioni di orientamento, formazione, alternanza scuola lavoro, sono proseguite le attività di analisi sulle tendenze del mercato del lavoro legate al Sistema Informativo Excelsior, realizzato dall'Unioncamere in collaborazione con il Ministero del Lavoro che dal 1997 fornisce un quadro previsionale della domanda di figure professionali espressa dalle imprese.

Il sistema Excelsior, tramite un'indagine annuale, inserita nel Programma Statistico Nazionale, rileva i programmi di assunzione delle imprese italiane, con dati statisticamente significativi per tutti i settori economici, le dimensioni aziendali e le 105 camere di commercio, fornendo indicazioni di estrema utilità per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell'orientamento e delle politiche attive del lavoro. Le informazioni raccolte con Excelsior riguardano, in sintesi:

- i movimenti occupazionali previsti per livello di inquadramento;
- le assunzioni previste dalle imprese per tipologia contrattuale;
- le figure professionali, i titoli di studio, i livelli formativi ed i relativi indirizzi richiesti;
- le principali caratteristiche delle assunzioni programmate (difficoltà di reperimento, necessità di ulteriore formazione, esperienza pregressa, conoscenze informatiche e linguistiche);
- i posti di lavoro indicati dalle imprese come immediatamente disponibili;
- le previsioni di assunzione di lavoratori provenienti da Paesi extracomunitari e per quali figure professionali;
- gli investimenti annuali delle imprese italiane in formazione, per quali tipologie di risorse umane e con quali fonti di finanziamento;
- le imprese che ospitano tirocinanti e quanti sono i tirocini ogni anno complessivamente attivati.

Tra i rapporti consolidati dalle Camere di commercio con enti e istituzioni sul territorio, una posizione di rilievo meritano quelli con il mondo accademico, anche in virtù della comune natura istituzionale di "enti autonomi funzionali".

La formazione continua e permanente costituisce un tema di rilevanza crescente nelle recenti strategie dell'Unione Europea per l'occupazione, in merito al quale numerosi organismi camerali vantano significative

esperienze.

Promozione delle filiere

Poiché il tessuto produttivo del Paese si compone al 90% da piccole e piccolissime imprese, con enormi difficoltà a competere in un mercato globalizzato, l'attenzione del sistema camerale si è spostata su una politica di settore interessata alla filiera, contribuendo ad unire soggetti e territori per creare non un'associazione di imprenditori ma un accordo tra tutti gli operatori attivi nei diversi comparti.

Nel settore dell'agro-alimentare, le Camere hanno acquisito un'utile esperienza sul tema della valorizzazione e della promozione dei prodotti agroalimentari e dell'artigianato tipici, anche grazie a specifici progetti legati al Fondo Perequativo.

Gli strumenti utilizzati a tal fine dalle Camere sono stati diversi e coerenti alla tipologia di prodotto, per esempio le produzioni di nicchia, con un mercato prevalentemente locale, sono state valorizzate attraverso l'istituzione di marchi collettivi, più facilmente gestibili rispetto al lungo e più impegnativo percorso delle D.O.P./I.G.P.

Alcune Camere di commercio hanno deciso di unire le forze, di fare sistema: nel settore del tessile/abbigliamento e in quello dei metalli preziosi, ad esempio, sono già in atto da tempo alcune significative esperienze di aggregazione tra Camere di commercio interessate a quei settori per la consistente presenza di imprese che operano nei rispettivi territori.

Esso si pone l'obiettivo di realizzare iniziative per lo sviluppo del settore e di favorire un miglior coordinamento tra gli interventi attuati da varie Camere di commercio a livello territoriale, cercando di sintetizzare in maniera più efficace gli interessi dell'ampio arco di soggetti che compongono la filiera moda, anche attraverso una maggiore collaborazione con il mondo associativo.

Finanza e credito

Il sistema camerale svolge azioni volte a diffondere l'informazione sul rapporto tra impresa e sistemi finanziari favorendo l'incontro tra domanda e offerta e configurandosi come una componente istituzionale in grado di fornire un forte contributo alla definizione e alla realizzazione delle politiche di sviluppo dei diversi territori. Il sistema dei confidi ha oggi le caratteristiche di un universo variegato in continua crescita, sotto il profilo sia delle imprese associate, sia patrimoniale, sia, infine, dei crediti garantiti.

A fronte di una necessaria razionalizzazione del sistema, purtroppo si registra ancora una crescita, se pur di lieve entità, del numero dei confidi del Centro e del Mezzogiorno, mentre decresce sempre in termini molto ridotti la numerosità nel Settentrione e nell'intero territorio nazionale, segnalando che i primi processi di aggregazione, fusione e concentrazione tra gli organismi di garanzia — in maniera purtroppo ancora molto lenta — si stanno registrando solo in alcune regioni del Nord.

Il nuovo contesto di mercato e regolamentare in cui i confidi si trovano ad operare, richiede loro un grande impegno alla trasformazione verso strutture maggiormente patrimonializzate, con una migliore efficienza gestionale ed una attenzione più marcata alla selezione del rischio.

La strada da perseguire è quella tracciata dalla L. 326/2003 di riforma del settore che promuove sia il riordino che l'evoluzione dei confidi, attraverso una strutturazione del fenomeno su due tipologie: una prima, rappresentata dagli attuali confidi, alla quale si offre una disciplina normativa di riferimento che ha fissato delle soglie minime di capitale e patrimonio netto che devono essere obbligatoriamente soddisfatte; una seconda, costituita invece da società di mutua garanzia, di nuova concezione e disciplina che si configurano come veri e propri intermediari finanziari o banche di garanzia.

Innovazione

L'innovazione, e gli strumenti per il suo trasferimento alle imprese, rappresentano uno strumento di sviluppo delle economie locali e dei sistemi imprenditoriali di rilevanza strategica per lo sviluppo del sistema produttivo di un Paese.

Il sistema delle Camere di commercio ha da alcuni anni avviato, con il coordinamento di Unioncamere, una attività di rilevazione, monitoraggio, aggregazione dei fabbisogni tecnologici delle imprese in domanda "aggregata" di innovazione tecnologica e, allo stesso tempo, favorendo il raccordo con l'offerta d'innovazione tecnologica da parte degli Enti pubblici di ricerca.

Si tratta, peraltro, di uno sviluppo ulteriore e di una precisa finalizzazione delle attività a supporto dell'innovazione e del trasferimento tecnologico che va ad aggiungersi a quelle già svolte dalla rete delle Camere di commercio. L'attività delle Camere si realizza attraverso numerose partecipazioni attivate con organismi/enti esterni, come Università, Enti pubblici di ricerca, Poli Tecnologici e Consorzi. In particolare, il più elevato numero di partecipazioni si registrano proprio con le Università, seguite dagli Organismi ed Istituti di ricerca e Cultura, Consorzi e Poli Tecnologici.

La maggior parte delle Camere di commercio svolge direttamente azioni in tema di innovazione e trasferimento tecnologico, mentre una parte più esigua si affida alle proprie Aziende speciali.

Rispetto alle modalità di servizio alle imprese, vanno consolidandosi i servizi erogati *on line*. Questi ultimi consistono prevalentemente nella realizzazione di studi e ricerche, nella formazione, nella diffusione di informazioni e banche dati - inclusi i brevetti - nella fornitura di consulenza in ricerca, sviluppo e innovazione, in iniziative nel campo

della normazione, certificazione, sicurezza e qualità, nella fornitura di assistenza, consulenza e realizzazione di check up per il trasferimento tecnologico, nella fornitura di assistenza nelle operazioni di protezione della proprietà industriale (brevetti, marchi).

Ambiente

In questi ultimi anni le imprese si sono trovate di fronte alla necessità di modificare profondamente il loro modo di rapportarsi all'ambiente e di considerare le risorse naturali. Gli sforzi tesi a ridurre l'impatto ambientale delle attività produttive tendono a non essere più percepiti dalle imprese come costi aggiuntivi, ma come investimenti utili a migliorare la competitività dell'impresa sul mercato interno e, soprattutto, su quello internazionale.

Per effetto dell'azione congiunta della legislazione ambientale europea e degli standard di compatibilità ambientale dei prodotti e dei processi, imposti al mercato globale dai Paesi nei quali si è sviluppata una maggiore sensibilità ecologica dell'opinione pubblica, molte imprese italiane stanno ripensando le loro modalità di produzione, adottando gradualmente tecnologie meno inquinanti e considerando come da un uso razionale delle materie prime e dell'energia si possa ottenere un beneficio sia in termini di qualità della vita sia di riduzione dei costi.

Per quanto riguarda la Pubblica Amministrazione, essa è chiamata ad inserire la preoccupazione per la tutela dell'ambiente tra gli interessi di carattere generale da far valere nei processi decisionali e deve necessariamente attivarsi per reperire tempestivamente ed elaborare in modo organico tutti i dati necessari alla propria attività di programmazione. Le Camere di commercio svolgono un ruolo importante in questo processo di trasformazione in primo luogo informando l'opinione pubblica del processo di modificazione del rapporto tra impresa ed ambiente, e della necessità di sostenerlo; inoltre sottolineano come questo processo di trasformazione abbia bisogno di nuovi strumenti normativi, di uno snellimento degli adempimenti amministrativi e di efficaci servizi che possano supportare concretamente le imprese impegnate su questo difficile, ma importantissimo, fronte.

Da un lato, le Camere di commercio stanno lavorando per contribuire a far sì che il mondo produttivo non sia considerato dai cittadini solo come una realtà da sottoporre a controllo perché potenzialmente in grado di causare danni all'ambiente, ma anche come un soggetto responsabile e pienamente in grado di concorrere al perseguimento dell'obiettivo dello sviluppo sostenibile. Dall'altro, le Camere si impegnano a valorizzare, rispetto alla platea delle imprese, l'importanza degli strumenti normativi comunitari, del processo di semplificazione degli adempimenti avviato dal Modello Unico di Dichiarazione ambientale - MUD - e, infine, dei propri servizi messi a disposizione delle imprese stesse. Non è, quindi, per caso che in questi ultimi anni alle Camere di commercio siano state affidate competenze di rilievo in materia ambientale - come, ad esempio, la segreteria delle Sezioni Regionali dell'Albo gestori rifiuti e la gestione del Modello Unico di Dichiarazione Ambientale.

Sviluppo locale

Al fine di integrare le politiche nazionali con le politiche locali, il ruolo delle Camere di commercio può realizzarsi in due linee di azione corrispondenti alle funzioni stesse che le Camere ricoprono, da un lato attraverso il contribuire sul territorio di ciascuna Camera a intessere politiche comuni e integrate di sviluppo tra i diversi attori, dall'altro attraverso la valorizzazione della rete costituita dai terminali provinciali e le strutture nazionali.

Sempre più spesso i territori - non solo intesi come ambiti ricompresi all'interno di limiti amministrativi, ma anzi come insiemi di aree caratterizzati da fenomeni comuni di sviluppo e/o di crisi - necessitano di Programmi Integrati di sviluppo, dove i fattori vincenti sono riconducibili sostanzialmente alla capacità di integrare le politiche tra i diversi enti (Regione, Provincia, Comune, Comunità Montana, Camera di commercio, Università, Scuole, etc.) locali e nazionali, orizzontalmente e verticalmente, e alla capacità di creare la rete dei "link dello sviluppo" dove tematiche e problematiche di crisi e di inadeguatezze, di opportunità, di vantaggi e svantaggi vengono affrontate mettendo in rete e organizzandosi per progetti e non per confini e/o settori.

Turismo

Le principali linee di attività perseguite dal sistema camerale riguardano in particolare l'attivazione di osservatori territoriali, lo sviluppo e la promozione della qualità nel sistema delle imprese turistiche, l'attività promozionale.

Quattro i temi individuati per supportare e dare forza al turismo, anche con l'intervento delle Camere di commercio:

1. nuove regole a supporto dello sviluppo del mercato;
2. informazioni e osservatori fruibili e comparabili;
3. supporto alle imprese e incentivi alla qualità;
4. razionalizzazione della promozione e valorizzazione di imprese e territorio.

Gli interventi attuati sono di varia natura e comprendono l'impegno per aumentare la competitività delle imprese italiane, con marchi di qualità delle strutture e azioni di promozione e riqualificazione, le analisi del settore e dell'andamento congiunturale della stagione turistica, gli interventi formativi e i sostegni didattici, anche finanziari, per le scuole turistiche.

Attraverso l'iniziativa del Marchio di Qualità per le aziende turistiche, le Camere di commercio e l'Osservatorio nazionale sul turismo stanno diffondendo una nuova filosofia dell'ospitalità che fa dell'eccellenza del

servizio offerto il primo obiettivo da perseguire.

Il sistema camerale, cosciente della mancanza di un'unica classificazione alberghiera capace di garantire il consumatore nella qualità del servizio, ha deciso di portare avanti, in sinergia con le associazioni di riferimento, l'iniziativa del Marchio di Qualità "a tutela dell'ospite", che si affianca e non sostituisce le classificazioni alberghiere già esistenti. Il Marchio, grazie agli standard di qualità disciplinati da rigorosi decaloghi definiti coinvolgendo le associazioni di categoria, tutela il cliente, assicurando agli ospiti un ambiente accogliente, funzionale e servizi efficienti. Il contributo delle associazioni assicura il buon funzionamento dell'iniziativa, forti dell'obiettivo comune di innalzare la qualità dell'offerta e tutelare il consumatore, a vantaggio dell'intera offerta turistica italiana.

Regolazione del mercato

Il sistema camerale è particolarmente impegnato nel ruolo di garanzia per un mercato corretto e trasparente, presupposto necessario per accrescere l'efficienza e la competitività delle imprese e del sistema economico.

La rete arbitrale

La maggior parte delle Camere Arbitrali è organizzata come ufficio camerale, 5 sono le Camere Arbitrali organizzate in Aziende speciali (Bolzano, Como, Mantova, Milano e Roma), 16 Camere Arbitrali hanno costituito associazioni con altre Camere Arbitrali oppure con le categorie e gli ordini professionali.

Gli arbitrati si sono svolti tra imprese e imprese e tra imprese consumatori.

E' inoltre proseguita l'attività di formazione degli arbitri e l'attività di promozione dell'arbitrato.

La rete conciliativa

I motivi che hanno indotto le parti a rivolgersi al servizio di conciliazione delle Camere di commercio sono dovuti alla rapidità e alla economicità delle procedure e all'affidabilità del servizio.

Numerose Camere di commercio che hanno adottato il Regolamento di conciliazione predisposto dall'Unioncamere.

Le attività di formazione svolte hanno contribuito alla formazione di conciliatori specializzati in materia societaria.

La predisposizione dei contratti-tipo e il controllo sulle clausole abusive

Numerose Camere di commercio hanno inoltre promosso iniziative rivolte a favorire la predisposizione di contratti-tipo per vari settori di riferimento (immobiliare, assicurativo, artigiano, bancario, multiproprietà, agenzie di viaggio), e istituito un servizio per il controllo delle clausole inique nei contratti, adottando altresì uno specifico regolamento per la gestione della procedura di controllo.

CAPITOLO II – L'attività camerale - Anno 2005

ABRUZZO

L'attività istituzionale è stata indirizzata verso le due principali direttrici:

- il coordinamento e la rappresentanza degli interessi del sistema camerale abruzzese, specie nei confronti dell'Ente Regione, cercando di valorizzare al massimo il tema della sussidiarietà;
- l'attuazione di iniziative promozionali a valenza regionale in favore dell'economia locale.

Relativamente ai rapporti con la Regione Abruzzo, si è registrato un consolidamento dell'azione di interlocuzione unitaria dell'Unione Regionale in coincidenza con la progressiva, anche se lenta, attuazione del decentramento amministrativo che vede l'ente regionale chiamato a riorganizzare le funzioni sul territorio, a programmare le strategie d'intervento attraverso la partnership con gli altri attori locali, siano essi istituzioni locali e funzionali, siano formazioni sociali o soggetti privati.

Nel dettaglio assumono particolare rilevanza:

- l'Osservatorio sulla legislazione abruzzese, istituito dall'Unione Regionale per monitorare la normativa regionale con particolare riguardo alla fase di formazione. Ciò allo scopo di assicurare informazioni utili e tempestive agli organi istituzionali del sistema camerale regionale per la programmazione di interventi mirati nei confronti dei diversi livelli decisionali della Regione Abruzzo;
- Le sollecitazioni dirette al coinvolgimento del sistema camerale abruzzese nella programmazione regionale ai fini di una maggiore utilizzazione dei fondi comunitari;
- La continua azione di stimolo esercitata per la piena attuazione delle deleghe conferite dalla Regione Abruzzo alle Camere di Commercio con la L.R. n. 11/1999 in materia di trasferimento delle funzioni amministrative.

Per quanto riguarda gli interventi in favore dell'economia regionale, di seguito illustrati, va premesso che i relativi oneri non definiscono tutto l'impegno finanziario dell'Unione per le attività promozionali in quanto tale azione è stata svolta impiegando esclusivamente proprio personale per cui le corrispondenti retribuzioni vanno qualificate come quota determinante della spesa inerente le attività medesime.

Euro Info Centre Abruzzo (Eurospottello)

Nel 1998, attraverso la partecipazione ad un apposito bando di gara, la Commissione Europea ha assegnato

all'Unione Regionale l'Euro Info Centre (ETC) per l'Abruzzo.

Gli EIC rappresentano la rete ufficiale della Comunità Europea a sostegno delle imprese. Essi espletano una funzione fondamentale nell'informazione, divulgazione ed assistenza sulle iniziative e politiche comunitarie dirette alle PMI, costituendo il tramite per permetterne la concreta attuazione.

L'EIC IT 383 Abruzzo, organismo di supporto attivo per lo sviluppo del tessuto imprenditoriale locale, fornisce assistenza e consulenza sulle tematiche: finanziamenti, fiere e missioni in Italia e all'estero, pratiche import export, ricerca partners internazionali, ricerca & sviluppo, appalti internazionali, normativa comunitaria.

L'EIC Abruzzo opera sull'intero territorio regionale attraverso il sistema camerale abruzzese:

- l'Unione Regionale, titolare dell'EIC, svolge i compiti di amministrazione, contabilità, centro di documentazione e segreteria;
- nelle Camere di Commercio di Chieti, L'Aquila, Pescara e Teramo sono localizzati quattro sportelli operativi che forniscono direttamente i servizi alle imprese.

L'azione dei singoli sportelli è coordinata al fine di garantire una più facile e capillare diffusione del servizio nonché un'uniforme traduzione operativa della strategia predisposta sull'intero territorio.

Seminario regionale sui progetti di alternanza scuola-lavoro

Organizzato dall'Unione Regionale in collaborazione con l'Agenzia nazionale AsseforCamere, l'8 aprile 2005 si è svolto un seminario di presentazione del progetto per la sperimentazione dei percorsi d'alternanza scuola-lavoro attivati dalle Camere di Commercio abruzzesi, nell'ambito del progetto regionale predisposto da Unioncamere Abruzzo e finanziato dal fondo perequativo.

L'iniziativa, intitolata "Imparare lavorando - le nuove vie del sapere in alternanza scuola-lavoro" è stata finalizzata a:

- fornire uno spazio di analisi/riflessione sulle esperienze che sono state realizzate;
- diffondere i risultati delle sperimentazioni attuate;
- essere luogo di confronto tra operatori, scuole e imprese;
- offrire elementi di valutazione per le azioni future.

Televideo Regionale

L'Unione usufruisce del servizio di Televideo Regionale della RAI acquisendo spazio per la diffusione di notizie riguardanti il sistema camerale abruzzese (Camere di Commercio e Centri regionali) e le iniziative da questo svolte in favore dell'economia regionale.

Premio regionale concorso "Ercole Olivario"

Nell'ambito del concorso nazionale per gli oli extra vergine d'oliva "Ercole Olivario", promosso dall'Unioncamere nazionale, l'Unione Regionale ha istituito un premio (diplomi con medaglie d'oro e d'argento) per le aziende partecipanti alla selezione regionale volta a valorizzare i migliori oli prodotti in Abruzzo.

Corsi di addestramento professionale per sommeliers

L'Ente ha deciso di realizzare, su base provinciale, un ciclo triennale di addestramento professionale per aspiranti sommeliers riservato agli operatori abruzzesi del settore della ristorazione avvalendosi della collaborazione della sezione regionale dell'Associazione Italiana Sommeliers.

Nel 2005 sono stati effettuati i seguenti corsi:

- 3° corso in provincia di Pescara;
- 3° corso in provincia di Chieti;
- 3° corso in provincia di L'Aquila;
- 3° corso in provincia di Teramo.

Uniontrasporti

L'Unione fa parte della Società Uniontrasporti che, com'è noto, si occupa delle problematiche riguardanti il settore dei trasporti ed è costituita, in maggioranza, dalle Unioni Regionali delle Camere di Commercio.

Sito Internet

Per la gestione e la circolazione dei dati delle principali attività svolte dall'Unione Regionale, in particolare quelle riferite all'Osservatorio sulla legislazione abruzzese ed all'Euro Info Centre Abruzzo, è attivo un sito Internet dove sono raggruppate ed implementate le predette attività.

Incontro con delegazione del Venezuela

Unioncamere Abruzzo ha organizzato il 16 aprile 2005 presso la propria sede un incontro tra una rappresentanza diplomatica venezuelana, guidata dall'Ambasciatore in Italia, ed i Presidenti delle Camere di Commercio nonché numerosi operatori economici abruzzesi. L'iniziativa è stata finalizzata a rafforzare e consolidare i rapporti economici già esistenti fra l'Abruzzo ed il Venezuela.

Costituzione associazione filiera moda (ITF)

Su impulso dell'Unione Italiana delle Camere di Commercio, diversi enti, tra cui Unioncamere Abruzzo, hanno costituito un'associazione intercamerale per la valorizzazione e la tutela dei prodotti della filiera moda.

L'organismo, denominato "ITF (Italian textile fashion)", svolge funzioni di coordinamento e promozione delle attività delle Camere di Commercio nel settore.

Osservatorio regionale trasporti

L'Unione ha predisposto e presentato al Fondo di perequazione un progetto per l'istituzione di un "Osservatorio

regionale trasporti, logistica e infrastrutture" sulla base della Legge 109194 (Merloni Ter) ove, tra le varie disposizioni, è previsto che le Camere possono svolgere il ruolo di promotore per la realizzazione di opere con la modalità del project financing.

L'Osservatorio costituirà uno strumento, di forte valenza operativa e comunicazionale, attraverso il quale manifestare la capacità e la volontà da parte delle Camere di svolgere la funzione loro assegnata.

Contributi ed altre attività

Oltre a quelle suindicate, l'Unione ha partecipato, attraverso un sostegno finanziario, a varie iniziative promosse da altri soggetti e finalizzate alla valorizzazione delle risorse locali e alla disamina delle principali problematiche socio-economiche della regione. Si evidenzia, in particolare, il Forum regionale sul tema "Le politiche agroalimentari e lo sviluppo del territorio abruzzese", organizzato da Mediacamere.

Si segnala, infine, la pubblicazione di pagine promozionali, concernenti l'attività ed i servizi svolti dal sistema camerale abruzzese in favore delle imprese regionali, sulla rivista trimestrale bilingue "Panorami" edita dall'Ente Parco Gran Sasso e Monti della Laga.

Riguardo alle relazioni con le Camere di commercio associate va confermato lo spirito di collaborazione interno al sistema che si è più volte evidenziato nelle diverse circostanze organizzative in cui sono state impegnate di volta in volta le varie professionalità. Si tratta, in particolare, dei progetti su base regionale a valere sul Fondo Perequativo e delle attività connesse al funzionamento dell'Euro Info Centre. Oltre a ciò, l'Unione Regionale ha istituito un Comitato tecnico regionale, formato dai Presidenti delle Commissioni degustazione vini DOC delle quattro province e dai referenti camerale in materia, per definire in modo uniforme una proposta di modifica delle analisi chimiche per il vino DOC Montepulciano d'Abruzzo.

Prosegue inoltre l'attività del gruppo di studio costituito dall'Unione Regionale, composto dai responsabili del Registro imprese delle Camere di commercio abruzzesi, al fine di studiare congiuntamente le problematiche applicative scaturite dalle innovazioni normative e procedurali che hanno interessato e interessano il Registro delle imprese stesso.

BASILICATA

L'attività delle camere di commercio, oltre a garantire i compiti istituzionali del sistema camerale, ha comportato la redazione di rapporti congiunturali e monografici in collaborazione con la Regione Basilicata. Sono stati istituiti tre albi, trasferiti alle Camere a seguito di una convenzione con l'Unioncamere della Basilicata. E' stata inoltre incrementata l'attività promozionale attraverso uno sportello informativo sulla legislazione, regionale, nazionale e comunitaria e attraverso la partecipazione a manifestazioni fieristiche volte all'acquisizione di ulteriori spazi commerciali.

CAMERA DI COMMERCIO DI POTENZA

Nel 2005 le attività che più hanno impegnato quotidianamente gli uffici sono state quelle collegate alle variazioni apportate agli Statuti per effetto della riforma del Codice delle società e quelle collegate all'introduzione della pratica telematica.

Altrettanto intensa sono state le attività di ricezione dei bilanci societari e di rilascio delle relative copie, la vidimazione dei libri sociali, l'emissione di certificati antimafia e le certificazioni di iscrizione ed il rilascio di elenchi.

E' stata accolta l'offerta di servizi di "data entry" da parte della "IC Servite" che ha permesso l'avvio del servizio medesimo con disponibilità di unità di personale ulteriori rispetto a quelle già a disposizione dell'Unità Operativa "Iscrizioni Registro Imprese Sezione Ordinaria.

I risultati a fine anno sono stati soddisfacenti in quanto è stato azzerato tutto l'arretrato della protocollazione degli atti costitutivi e modificativi per i quali vi era la maggiore preoccupazione per una rapida e completa istruttoria finale.

Alla base della riforma della trasmissione telematica c'è stata la firma digitale, entrata nel vivo della sua attuazione proprio nel 2005. Essa consente di firmare i documenti informatici con la stessa validità giuridica di una firma autografa, mediante l'utilizzo di una smart card, tessera magnetica dotata di microprocessore e memoria, contenente i dati personali del titolare, e un lettore di smart card. Viene anche utilizzato un software (Fedra) che consente la compilazione delle domande d'iscrizione, modifica e cancellazione da presentare al Registro Imprese.

Nel 2005 gli uffici sono stati impegnati, non solo a distribuire tali supporti tecnologici, ma anche ad informare ed assistere gli operatori economici, promuovendo soprattutto il servizio Telemaco, vale a dire il canale di comunicazione on line che, attraverso una connessione di rete con la Camera, permette non solo l'invio telematico delle pratiche ma anche l'ottenimento di certificati, visore, estrazione dei bilanci e di altre pratiche.

Si è provveduto alla distribuzione della Carta Nazionale dei Servizi (CNS), strumento ideale per l'erogazione dei servizi in rete, che consente di colloquiare telematicamente non solo con la Camera di Commercio e la Regione ma, a breve, anche con le altre Pubbliche Amministrazioni. Essa è dotata di certificato di sottoscrizione per la firma digitale e di autenticazione per firmare in sicurezza la posta elettronica e sottoscrivere i documenti elettronici aventi valore legale.

Tuttavia, non tutti gli obiettivi di semplificazione e di celerità nell'evasione delle pratiche risultano ancora pienamente raggiunti, in quanto la riorganizzazione dei metodi di lavoro tradizionali richiede un utilizzo più avanzato

degli strumenti informatici: la transizione dalla modalità cartacea a quella telematica è un processo che necessita di tempi naturali di adattamento.

Crescente l'attività della Camera nella gestione di albi, ruoli e registri di soggetti abilitati all'esercizio di specifiche professioni e attività economiche, taluni con funzioni di pubblicità-notizia, altri con funzioni di pubblicità costitutiva.

L'attività istituzionale riguardante l'iscrizione, la modifica e la cancellazione dagli Albi e Ruoli tenuti dalla Camera di Commercio ha riguardato in particolare:

- Imprese che esercitano l'attività di gestione dei rifiuti: la pubblicazione su Internet dell'archivio informatico nazionale dell'Albo ha rappresentato una svolta notevole nella gestione dell'Albo stesso, per cui sono oggi pubblicamente disponibili tutti i dati relativi alle imprese del settore rifiuti. Il lavoro ordinario della Sezione Regionale prosegue in maniera proficua, con notevole impegno tale da permettere un sostanziale rispetto dei tempi
- Ruolo dei conducenti di veicoli o natanti adibiti ad autoservizi pubblici non di linea: tale ruolo è transitato dal luglio 2004 dall'Ufficio Artigianato nell'area anagrafica.
- Elenco dei soggetti abilitati alle verifiche in materia di sicurezza degli impianti: la redazione di tale elenco è transitato dal luglio 2004 dall'Ufficio Artigianato nell'area anagrafica Albo dei Promotori Finanziari: raccoglie l'iscrizione delle persone fisiche che esercitano professionalmente l'offerta finanziaria al di fuori della sede di una banca, di una SIM (Società Immobiliare) o di una SGR (Società di Gestione del Risparmio). La Camera di Commercio di Potenza, in quanto capoluogo di regione, riceve le domande di iscrizione per la Basilicata.

Sempre in materia di ambiente, la Camera riceve annualmente le dichiarazioni che le imprese sono tenute a presentare attraverso il MUD (Modello Unico di Dichiarazione ambientale), definito anche 740 ecologico ed introdotto con la legge n. 70194. Questo documento consente alle imprese di assolvere in un'unica soluzione a tutti gli obblighi in materia ambientale per la denuncia dei rifiuti prodotti, smaltiti, avviati al recupero o trasportati, oltre che i dati relativi agli imballaggi prodotti, importati ed esportati.

CAMERA DI COMMERCIO DI MATERA

Nel corso del 2005 è stata attivata l'istituzione di tre nuovi Albi: l'Albo dei vigneti di cui al D.M. 6 luglio 2005, la cui competenza è dell'Ente Regione, ma che, a seguito di convenzione con l'Unioncamere di Basilicata, è stato trasferito alle Camere di Commercio ed è stato istituito nell'agosto del 2005; l'Albo degli Imbottiglieri di vino, di cui al D.M. 21 maggio 2004 e l'Albo degli installatori di cui al D.P.R. 6 giugno 2001 n.380 e successive proroghe, anch'esso istituito nel 2005.

Essendo il settore destinato al pubblico, gli uffici si sono occupati principalmente di consolidare gli standard dei servizi all'utenza, garantendo l'evasione di tutte le pratiche pervenute in tempi comunque contenuti, anche nei momenti di maggiore difficoltà dovuti alla carenza di organico e/o a picchi dei flussi di richieste. Ciò sia per il Registro delle Imprese che per gli Albi ed il R.E.C.

Va sottolineato che, nell'ambito di tali funzioni "ordinarie", si sono inseriti adempimenti o eventi nuovi che hanno richiesto una riprogrammazione della gestione del personale e la progettazione ed attuazione di nuove procedure, oltre alla gestione di attività "periodiche" estremamente complesse, quale, ad esempio, la lavorazione dei bilanci.

Nel corso del 2005 cadeva anche la scadenza delle domande di iscrizione all'albo delle società cooperative, che sono state evase nei termini. Si è in proposito provveduto a predisporre dei vademecum per facilitare gli utenti, come è stato fatto anche per il deposito dei bilanci.

Altra importante novità si è registrata a proposito dei dispositivi digitali dove la smart card che serviva soltanto per l'invio telematico delle denunce al Registro delle Imprese è stata sostituita dalla Carta Nazionale dei Servizi, che, a regime, potrà dare accesso ai servizi di tutte le pubbliche amministrazioni.

Si è data una adeguata pubblicizzazione del nuovo dispositivo, attraverso comunicati stampa, sensibilizzazione con l'invio di una lettera a mezzo di Infocamere.

E' stata, altresì, avviata la procedura di cancellazione delle società che risultano in liquidazione, ma che non hanno richiesto la cancellazione, operazione che rientra nel più generale processo di pulizia del registro delle Imprese, fondamentale sia per l'affidamento del mercato che per i riflessi sul bilancio camerale in senso stretto.

Altro profilo di notevole significato è rappresentata dall'accertamento degli illeciti amministrativi. Nelle 2005 si è proceduto al totale smaltimento delle giacenze.

Si è provveduto, inoltre, a divulgare nei confronti delle imprese e dei professionisti, le procedure, le notizie e i servizi di loro interesse che ha reso possibile facilitare e migliorare i reciproci rapporti e la qualità degli adempimenti richiesti dalle norme. Quindi, oltre ad utilizzare i media per comunicati stampa, è stata dedicata molta attenzione al sito internet della Camera e, soprattutto, si è proseguito nell'opera di formazione continua degli utenti, che già procede da almeno due anni, utilizzando la qualificata struttura di Infocamere, specie con riferimento alle procedure telematiche che non sono state ancora ben assimilate dagli utilizzatori.

SERVIZI PROMOZIONALI

CAMERA DI COMMERCIO DI POTENZA

Per promuovere uno sviluppo più radicato del territorio, la Camera di Commercio di Potenza ha, ancora una

volta, operato nella logica del partenariato, attivando un intenso e proficuo dialogo con le altre Amministrazioni Pubbliche e con le Associazioni di categoria.

Nel 2005 al centro delle azioni di sostegno vi è stata ancora una volta la finanza alle imprese, a cui si sono affiancati interventi finalizzati allo sviluppo e al consolidamento del sistema imprenditoriale, alla valorizzazione delle risorse umane, alla promozione sui mercati nazionali ed internazionali, alla valorizzazione delle denominazioni di origine.

La concertazione e la collaborazione sono elementi di particolare importanza nel quadro delle scelte strategiche dell'Ente camerale; si tratta di una opzione di fondo che si traduce nella costante ricerca di relazioni organiche con istituzioni ed organismi pubblici e privati.

La finanza è lo strumento privilegiato per sostenere il sistema produttivo locale.

Il Fondo unico per la finanza innovativa alle imprese è in grado di assicurare flessibilità e continuità all'erogazione dei contributi camerali, configurandosi come sistema integrato di:

misure a numero chiuso, attivabili nei limiti delle modalità stabilite mediante apposito bando pubblico;

misure a sportello, attivabili in ogni momento dell'esercizio finanziario, nei limiti delle disponibilità di bilancio e in base ad appositi regolamenti interni;

misure a gestione indiretta, che prevedono il conferimento ad organismi terzi della gestione delle azioni a sostegno delle imprese.

Per quanto concerne le misure a bando, nel corso dell'esercizio 2005 sono state quasi del tutto ultimate le procedure di gestione delle istanze ammesse ai bandi del 2003, nel contempo gli Uffici preposti hanno proceduto alla gestione di quelle ammesse ai bandi pubblicati nell'ultima parte dell'anno 2004; Nel secondo semestre del 2005, si è proceduto alla pubblicazione del 3° bando e alla conseguente istruttoria, conclusasi con la definitiva approvazione delle graduatorie da parte della giunta camerale nel mese di dicembre.

I bandi 2005 hanno riguardato gli interventi per i "Servizi Promozionali alle Imprese" e il "Temporary Management".

Per quanto riguarda i contributi alle imprese sugli affidamenti dei Consorzi Fidi, nel 2005 si è registrato un minor numero di richieste rispetto all'anno precedente a causa di una minore propensione agli investimenti da parte degli imprenditori (18 a fronte di 33).

Relativamente ai contributi per la partecipazione a fiere sono state finanziate 13 domande, per un ammontare di € 26.918,88.

Con il progetto Quasar la Camera ha posto attenzione agli organismi che operano nel volontariato e nell'associazionismo e mettono in atto forme di lavoro e di impresa senza scopo di lucro con interessi collettivi e sociali. Sono stati accordati contributi per un totale di € 59.793,40 a fronte di 10 interventi.

La Camera di Commercio sostiene le Associazioni di categoria nello svolgimento di attività per la valorizzazione di prodotti e risorse locali, l'aggiornamento professionale e il recupero di antichi mestieri, le azioni di marketing territoriale, gli studi e ricerche strategiche.

La Camera di Commercio ha proseguito nel 2005 nell'opera di promozione del territorio e di sostegno allo sviluppo del sistema economico locale, cercando costantemente di integrarsi e coordinarsi con le azioni di altri soggetti locali, Regione, Provincia, Comunità Montane, soggetti gestori di strumenti di programmazione locale, quali PIT, Gruppi di Azione Locale, società di gestione dei Patti Territoriali. Nel mese di novembre la Camera di Commercio, con l'ausilio dell'Azienda Speciale Forim, ha organizzato la partecipazione di un gruppo di operatori lucani alla manifestazione fieristica "Alimentarti", Salone dell'Artigianato Alimentare italiano di qualità e dell'enogastronomia, tenutosi a Bologna e promossa da Confartigianato, assistendo le imprese nella loro attività fieristica.

All'evento, rivelatosi particolarmente adeguato alle piccole produzioni di qualità che rappresentano al meglio la tipologia produttiva presente sul nostro territorio, hanno preso parte 8 realtà associative in rappresentanza di circa 100 imprese.

La Camera di Commercio ha partecipato all'edizione 2005 della manifestazione fieristica "Naturalmente Lucano", tenuta presso l'Efab di Tito, assicurando, per l'occasione, ospitalità ad una delegazione di operatori ed istituzioni provenienti dalla Romania, guidati dai rappresentanti della Camera di Commercio di Prahova. L'iniziativa si inquadra nelle attività previste dal protocollo d'intesa sottoscritto dalle Camere di Commercio di Potenza e di Prahova, finalizzato proprio a promuovere i rapporti commerciali tra i rispettivi territori.

Nel 2005 è stata istituita la Segreteria Tecnica per le attività di controllo che è chiamata, fra le altre competenze, a predisporre i piani di controllo, pianificare l'attività ispettiva, presentare al Comitato di Certificazione le Aziende per la gestione delle procedure di certificazione.

A partire dal mese di novembre 2005 è stata avviata l'attività di controllo della denominazione Vulture in protezione nazionale transitoria riferita all'olio extravergine di oliva per la quale la Camera di Commercio ha ottenuto l'autorizzazione con Decreto del Ministero delle Politiche Agricole e forestali del 10 ottobre 2005, n. 65483.1 controlli hanno riguardato 45 aziende, di cui 40 aziende olivicole, 2 frantoi, 3 confezionatori.

Si è concluso, nel corso del 2005, l'iter di costruzione documentale per l'inoltro al MIPAF della richiesta di certificazione IGP della "Lucanica di Picerno" e si apre ora la fase istruttoria del Ministero tesa a verificare l'esistenza di elementi di specificità di prodotto/processo, nonché le norme che compongono il disciplinare di produzione ed il sistema di controllo.

E' stato definito un accordo di collaborazione fra Camera di Commercio, CSR Marmo Melandro, soggetto gestore del locale programma Leader Plus, Comune di Picerno e Consorzio degli operatori della Lucanica di Picerno per attuare un Programma di sostegno alla valorizzazione del prodotto. Sulla base del Protocollo stipulato fra la Camera di Commercio e l'ALSIA (l'Agenzia Lucana di Sviluppo ed Innovazione in Agricoltura), è stato realizzato un programma di marketing e di comunicazione a favore delle aziende agroalimentari dell'area del Parco del Pollino, a cui ha aderito anche l'Ente Parco Nazionale del Pollino.

Le attività previste dal progetto, affidate all'Azienda Speciale Forim, in collaborazione con l'Azienda Agricola Sperimentale Dimostrativa "Pollino" di Rotonda, si sono esplicitate in azioni di auditing rivolte alle aziende dell'area e tese ad analizzare le principali funzioni gestionali delle stesse, dall'area finanziaria, all'organizzazione produttiva, alle problematiche riguardanti la commercializzazione ed il marketing.

A ciò ha fatto seguito la consulenza personalizzata alle stesse imprese, attraverso incontri con i singoli imprenditori, durante i quali sono state affrontate azioni correttive,

Altre azioni poste in essere hanno riguardato la strutturazione di una segreteria commerciale che ha provveduto ad organizzare un servizio di distribuzione e consegna dei prodotti nell'ambito del circuito commerciale della regione e a curare le azioni di promozione commerciale, rappresentando le imprese in occasione di fiere e manifestazioni varie.

Dopo l'avvenuto riconoscimento del Distretto Agroalimentare del Vulture, avvenuto con decreto del Consiglio Regionale del 24 febbraio 2004, con successivo decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 18 dell' 11 febbraio 2005, è stato ufficialmente costituito il Comitato di Distretto. Del Comitato fanno parte, oltre alle associazioni di categoria e alle rappresentanze sindacali, la Camera di Commercio di Potenza, la Provincia di Potenza e un rappresentante dei Comuni del territorio sul quel insiste il Distretto.

Oltre alle più consolidate azioni promozionali, il ruolo della Camera di Commercio nei confronti delle imprese del comparto agroalimentare tende ad arricchirsi di compiti legati all'attività certificativa in qualità di organismo di controllo per la conformità delle denominazioni protette DOP/IGP/STG e certificazione dei prodotti.

La Camera di Commercio di Potenza riconosce nel fattore umano un elemento prioritario per accrescere la competitività dell'intero sistema produttivo, valorizzando non solo l'alto livello di scolarizzazione dei giovani, ma anche la crescente propensione ad avviare nuove attività. Il conseguimento di questo obiettivo strategico passa attraverso due modalità di intervento: la formazione, con cui s'intende sviluppare azioni di orientamento e di accompagnamento al lavoro, erogare formazione specialistica, realizzare attività di alta formazione per neo laureati, favorire l'inserimento professionale;

l'informazione e l'orientamento, che mirano ad agevolare l'assunzione di decisioni per creare nuove imprese, sviluppare nuove strategie aziendali, conoscere il mercato del lavoro, incontrare potenziali partner e accedere alle linee di finanziamento agevolato.

L'Azienda Speciale Forim è la struttura operativa per raggiungere tali obiettivi.

Per quanto concerne la formazione abilitante va rilevato che, dopo il passaggio di competenze in materia di autorizzazione dalla Regione Basilicata alle Province di Potenza e Matera, nel 2005 è ripresa l'attività formativa con 14 corsi per Agenti e rappresentanti, per Addetti al commercio di prodotti alimentari, per la Somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, per Agenti di affari in mediazione e per Responsabile tecnico imprese gestione rifiuti.

La formazione nella scuola è un settore d'intervento che risponde agli orientamenti dettati dalla legge di riforma per orientare i giovani nella scelta del loro percorso professionale e nell'ingresso nel mondo del lavoro, con l'analisi dei fabbisogni delle imprese e l'attivazione di tirocini formativi e di orientamento. Sono stati 6 gli istituti che hanno risposto alla proposta della Camera, a testimonianza di una crescente sensibilità verso questo tipo di iniziative, dopo un iniziale periodo di incertezza. Complessivamente sono stati realizzati 21 corsi coinvolgendo di 471 allievi.

Altra iniziativa realizzata dalla Camera, in tema di alternanza scuola — lavoro, è stato il progetto "Fare Impresa", coinvolgendo 10 istituti scolastici superiori, impegnati a simulare la costituzione di una società, attraverso un business plane. Il 2° Liceo Scientifico di Potenza ha conseguito il premio di migliore idea di impresa, raggiungendo inoltre il 2° posto nella competizione nazionale tenutasi a giugno a Milano, e la medesima posizione alla prima edizione del concorso "Scuola, Creatività ed Innovazione" organizzato da Unioncamere nazionale su oltre ottanta partecipanti.

L'alta formazione è fortemente connaturata al Master di specializzazione post universitaria nel terziario avanzato rappresenta ormai uno degli appuntamenti di maggiore importanza nel quadro dell'alta formazione su scala locale. Nel corso del 2005 si è portata a compimento la nona edizione del Master di Sviluppo Economico in Gestione Aziendale e, nel mese di dicembre, è stata avviata la decima edizione. Il Master, della durata di 1150 ore, è curato dall'Azienda Speciale Forim, con la collaborazione dell'Istituto Tagliacarne. Gli allievi partecipanti sono stati dieci (di cui 8 donne e 2 uomini), selezionati fra le 33 domande di partecipazione pervenute.

L'attivazione di borse di studio rappresenta anch'essa una tipologia di formazione che si realizza attraverso delle concrete esperienze di lavoro offerte ai giovani della provincia. Le borse sono state attivate anche presso le associazioni di categoria della provincia per lo sviluppo di progetti congiunti di reciproco interesse, con parziale cofinanziamento del costo.

Le esperienze finora maturate risultano positive sia per i borsisti, che hanno la possibilità di sviluppare competenze specifiche sul campo e di arricchire i propri curriculum, sia per la Camera di Commercio e per le Associazioni, che ricevono un notevole apporto in termini di motivazione, energie e creatività.

Per quanto riguarda le attività di orientamento e assistenza per la nuova imprenditorialità va segnalato che il

numero di utenti che, settimanalmente accede allo Sportello per la nuova imprenditorialità si attesta in media a 4 – 6 unità al giorno, media più alta nell'ultimo trimestre dell'anno in coincidenza del preannunciato Bando 2006 a favore dell'imprenditorialità femminile e dell'annuale del corso "Business Plan: una scala verso l'impresa di successo", organizzato dalla Forim in collaborazione con l'Ufficio Promozione, con l'ausilio di Retecamere.

In tema di internazionalizzazione, è da segnalare lo Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione, che nato nel 2004 sulla base dell'Accordo sottoscritto da Regione Basilicata, Unioncamere Basilicata, ICE, Sace e Simest, è stato allocato presso le Camere di Commercio provinciali e, per quanto riguarda Potenza, presso l'Azienda Speciale Forim ove opera personale dell'Azienda e del Servizio Promozione della Camera.

Lo Sportello ha inteso rendere più organiche ed integrate le competenze di soggetti diversi in tema di internazionalizzazione, valorizzando ulteriormente quanto le Camere di Commercio, per specifica competenza svolgono da sempre. Ciò ha richiesto un approccio specialistico da parte del personale della Camera e della Forim per essere gestire quesiti diversi: valutari, doganali, finanziari e di marketing internazionale.

Nell'ambito delle attività previste dal progetto di "Assistenza tecnica al sistema camerale serbo nel suo processo di aggiornamento" rientrante nelle iniziative finanziate dalla legge 84/01 attraverso Unioncamere nazionale e realizzato in partenariato con altre Camere italiane, la Camera di Potenza ha partecipato ad una missione istituzionale a Belgrado. Nel corso della visita è stato sottoscritto un accordo di mutua cooperazione con la camera serba finalizzato a promuovere le relazioni economiche tra i due territori ed a favorire le relazioni istituzionali.

La Camera di Commercio di Potenza ha, inoltre, organizzato la partecipazione di un gruppo di aziende della provincia alla Settimana del Made in Italy che si è svolta a Timisoara, Arad e Budapest.

La manifestazione, che si è sviluppata secondo un modello di meeting one-to-one tra imprese italiane e imprese rumene e ungheresi appositamente selezionate, è stata risultata particolarmente gradita alle imprese che ne hanno preso parte, le quali hanno avuto l'opportunità di compiere in media oltre 25 incontri con operatori locali, alcuni dei quali si sono in seguito concretizzati in scambi commerciali.

Nel corso della missione vi sono stati anche incontri istituzionali con i rappresentanti della Camera di Commercio e Industria di Timisoara, con la Camera di Commercio ed Industria di Arad e con la Camera di Commercio Italo-Ungherese di Budapest.

L'interesse della Camera di Commercio per il tema dell'innovazione è in una fase di prima implementazione, anche se alcune azioni appaiono più consolidate. Nel triennio 2005-2007 è stata prevista la realizzazione di azioni finalizzate alla diffusione dell'innovazione presso le imprese della provincia non solo con azioni di auditing aventi lo scopo di analizzare il livello di innovazione delle PMI, ma anche interventi coordinati fra ricerca, sperimentazione e applicazione di sistemi innovativi per le imprese.

Ciò fa seguito a significative esperienze del passato sviluppate attraverso progetti del sistema camerale quali DIT (Diffusione dell'Innovazione Tecnologica), DIRCE (Diffusione

dell'Innovazione e della Ricerca per la Competitività Economica) e "Formare per Innovare", nell'ambito del Fondo di Perequazione Unioncamere (annualità 2002), attraverso il quale è stato avviato un percorso di promozione degli spin off da ricerca, per stimolare la creazione di nuove imprese ad alto contenuto tecnologico da parte di laureati/laureandi, dottorati/dottorandi, ricercatori ecc. dell'Università della Basilicata.

Da ciò il tentativo di avviare un processo integrato per la promozione dell'innovazione ed il collegamento fra mondo della ricerca e sistema produttivo locale, con il coinvolgimento diretto delle categorie imprenditoriali, dell'Università e di altri soggetti istituzionali interessati al tema. A tal fine è stata approvata di un Programma organico per lo sviluppo dell'innovazione attraverso cui condurre a sistema le attività già realizzate, quelle in corso di attuazione e gli interventi già programmati e prossimi ad essere avviati in tema di innovazione, in un progetto articolato nelle seguenti azioni:

Promozione di spin off da ricerca, come creazione di nuove imprese ad alto contenuto tecnologico da parte di laureati/laureandi, dottorati/dottorandi, ricercatori;

formazione di Innovation Promoter (auditor) per costituire un team di auditor (IP) attraverso un apposito percorso formativo;

monitoraggio dei fabbisogni tecnologici delle PMI attraverso check — up tecnologici;

azioni di TT&LM (Technology Transfer & Licensing Management) per l'attivazione di centri di trasferimento della ricerca alle piccole e medie imprese.

Il progetto è stato affidato all'Azienda Speciale Forim che sta promuovendo una complessa azione di partenariato, con la Provincia di Potenza, le Associazioni di categoria e l'Università degli Studi della Basilicata, attualmente in fase di definizione.

Da alcuni anni la Camera di Commercio di Potenza sostiene alcuni progetti di ricerca e sperimentazione in settori strategici; ricordiamo le ricerche nei poli di sviluppo viaria della Provincia di Potenza e nel Vulture, nell'edilizia, nel project financing per il migliore utilizzo ambientale e produttivo degli scarti dell'edilizia stessa. Nel 2005 l'interesse ha riguardato il compatto agricolo ed in particolare una iniziativa proposta dalla Confagricoltura.

La ricerca, in collaborazione con Alsia e Plasmon, ha interessato la "Costruzione di una filiera nell'Alto Bradano finalizzata all'ottenimento di avena senza glutine adatta alle esigenze dei consumatori celiaci e dell'infanzia". L'obiettivo di business è quello di individuare un cereale in grado di rispondere alle esigenze di mercati di nicchia onde garantire agli agricoltori adeguate fonti di reddito legate a progetti di filiera, fornendo al tempo stesso materie prime ad

alto valore aggiunto.

Il progetto consentirà di individuare varietà adatte alla coltivazione nell'ambiente dell'Alto Bradano, creare un circuito di aziende coinvolte in un progetto specifico di filiera con un disciplinare di coltivazione integrata ad uso dell'agricoltore per l'ottenimento di avena conforme alle specifiche richieste in termini di qualità commerciale, salubrità e tracciabilità.

CAMERA DI COMMERCIO DI MATERA

In tema di cooperazione con le istituzioni locali, sono state poste in essere nel corso del 2005 alcune iniziative volte al sostegno di attività destinate alla promozione del territorio e dei suoi prodotti, nell'ottica di sinergie per evitare la dispersione di risorse e la realizzazione di sensibili economie di scala per gli enti impegnati. In particolare, si segnala l'avvio delle procedure per:

- la sottoscrizione di un Protocollo d'intesa con l'Amministrazione Provinciale, finalizzato all'attivazione di azioni per il rafforzamento del sistema delle imprese e la valorizzazione del territorio provinciale, la promozione di prodotti tipici locali, iniziative per l'attrazione di investimenti, facilitazioni per l'accesso al credito;
- la partecipazione camerale al Sistema Turistico Locale con il Comune di Matera;
- la partecipazione ai Comitati d'Area Prodotto proposti dalla Regione Basilicata;
- la partecipazione con l'Università ed il sistema scolastico in generale ad iniziative riguardanti il tema della Formazione-Lavoro;
- intese con l'Amministrazione Provinciale per la sottoscrizione di un Protocollo d'intesa con istituzioni greche, al fine di favorire scambi di reciproco interesse nel settore turistico e di promozione dei prodotti tipici;
- intese con l'Amministrazione provinciale per l'adesione a progetti a sostegno della occupazione (progetto LSD) e della competitività delle piccole e medie imprese nel Mezzogiorno (progetto Archimed);
- partenariato con il C.OR.FOR. per la progettazione un'iniziativa da candidare a finanziamento regionale, volta alla formazione di personale comunale per la creazione di sportelli comunali specializzati nel fornire informazioni amministrative, legislative e promozionali alle imprese del territorio.

L'Ufficio Promozione ha espletato l'attività di sportello per informazioni sull'Imprenditoria Giovanile, in applicazione delle Leggi 236/93, 95/95 e 608/96. E' stata data anche assistenza all'utenza per lo Sportello per le agevolazioni finanziarie a favore dell'imprenditorialità femminile (Legge 215/92); e all'utenza per lo Sportello per le agevolazioni finanziarie per le imprese di ogni settore comprese le imprese turistiche e le agenzie di viaggio (Legge 488/92)

Inoltre, in corso di attuazione un progetto a valere sulla legge 125/91, avente ad oggetto "Azioni positive a favore della pari opportunità" approvato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, in partenariato con la società Centro Servizi di Matera, con le associazioni sindacali CGIL e CISL e con l'associazione di genere FIDAPA.

SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO

La crescente complessità dei mercati e la consapevolezza dei propri diritti che i consumatori vanno acquisendo impongono la salvaguardia della trasparenza nelle transazioni e della correttezza dei rapporti. Il legislatore ha individuato nelle Camere di Commercio i soggetti in grado di garantire condizioni di concorrenza tra le imprese e tutelare la buona fede dei consumatori, la gestione degli strumenti di giustizia alternativa, la predisposizione dei contratti-tipo tra le imprese, la promozione dei controlli sulla presenza di clausole inique nei contratti e altre funzioni analoghe.

Nel corso del 2005 sono state svolte, inoltre, le seguenti attività.

- lo Sportello del consumatore ha assicurato un proficuo servizio di assistenza ai consumatori fornendo informazioni, orientamento e consulenza su contratti di compravendita, fatturazione dei servizi pubblici, polizze assicurative, tassi di interesse, ecc.
- è iniziata operativamente l'attività della Camera arbitrale, conseguendo i primi risultati della vasta campagna di promozione e sensibilizzazione svolta negli anni passati in una realtà socio economica come la nostra non ancora sensibilizzata
- alle nuove forme di risoluzione alternativa delle controversie.

Sono state, infatti, proposte due istanze di procedimento arbitrale, che sono state avviate con rapidità e sono ormai in via di definizione.

L'attività sanzionatoria rappresenta uno dei compiti principali del Settore Regolazione del mercato, considerato il rilevante numero di rapporti che giungono annualmente all'Ufficio Sanzioni sia dal Registro imprese che dagli altri uffici pubblici accertatori.

Nel corso del 2005 sono state ulteriormente razionalizzate e velocizzate le procedure, soprattutto per quanto attiene all'accertamento dei pagamenti ed al recupero dei crediti.

- per quanto attiene ai protesti si è proceduto a riorganizzare e razionalizzare le procedure amministrative per la cancellazione dal Registro informatico dei protesti, rielaborando i modelli a disposizione degli utenti e le relative istruzioni, che sono state pubblicate sul sito camerale a disposizione degli utenti.

- relativamente al servizio di deposito dei listini prezzi e preventivi offerte presso la Camera di commercio, al fine di razionalizzare e velocizzare le procedure, si è provveduto ad elaborare il regolamento del servizio stesso con i relativi modelli di domanda, che sono stati approvati dalla Giunta camerale e pubblicati sul sito camerale.

PROGETTI DEL FONDO PEREQUATIVO

Il Fondo di Perequazione è una leva strategica che le Camere impiegano per attuare le proprie strategie di sostegno allo sviluppo locale. L'efficiente realizzazione dei progetti ha pertanto consentito di attivare dei meccanismi gestionali ed amministrativi di forte impatto e, al tempo stesso, di impiegare in modo virtuoso le somme stanziare per i progetti.

CAMERA DI COMMERCIO DI MATERA

Sono stati approvati dal Comitato di Presidenza Unioncamere n. 13 progetti a valere sul Fondo Perequativo 2003.

Con riferimento alla gestione dell'annualità 2004, il Consiglio Unioncamere ha stabilito di allineare la stessa con le attività che le Camere svolgeranno nel 2006, fissando obiettivi e priorità. [progetti da candidare al finanziamento sul fondo perequativo 2004 ammontano a n. 28. sostenuti per la realizzazione dei progetti per i quali non è stata richiesta la proroga.

L'UNIONE REGIONALE E IL CENTRO ESTERO

E' evidente che gli obiettivi programmatici che erano stati prefigurati nel documento di previsione hanno dovuto misurarsi con la complessa realtà in cui opera il sistema camerale in relazione, soprattutto, ai rapporti con la Regione e gli altri Enti locali.

L'attività del Centro Studi, nonostante la disdetta delle convenzioni che regolavano i rapporti con la Regione Basilicata relativamente alla gestione degli Osservatori di settore, è proseguita con la realizzazione, su incarico dell'Ente Regione, di due Rapporti di settore sul commercio e l'artigianato.

LE AZIENDE SPECIALI

FOR.IM. -- FORMAZIONE IMPRESA.

Azienda Speciale della Camera di Commercio di Potenza

L'attività dell'Azienda Speciale nell'esercizio 2005 è stata focalizzata sia sullo sviluppo di nuove linee operative che sul consolidamento delle aree di intervento più affermate, in una continua tensione al miglioramento organizzativo e al conseguimento di efficienza operativa. Servizi reali alle imprese e al sistema produttivo locale.

PROMOZIONE DEL TERRITORIO

La promozione del territorio e l' internazionalizzazione rappresentano una delle attività di maggiore impegno dell'Azienda Speciale, finalizzate a valorizzare le risorse del territorio, migliorare la competitività delle imprese e proiettarle in un mercato sempre più ampio e competitivo. Partecipazione a:

- Alimentarti -1 ° salone dell'artigianato alimentare italiano di qualità Bologna, novembre 2005
- Naturalmente Lucano – edizione 2005
- Progetto Pollino
- Progetto INTERREG Modele – Model of Development of Local System to support Enterprises

INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'internazionalizzazione ha rappresentato un campo di particolare impegno nel corso del 2005, sotto la spinta dell'istituzione dello Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione, ospitato presso gli uffici dell'Azienda Speciale ed al quale, su incarico della Camera di Commercio, collaborano risorse specialistiche di Forim.

- Sprint – Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione.
- Missione istituzionale a Belgrado nell'ambito del Progetto Legge 84/01 "Assistenza tecnica al sistema camerale Serbo per il suo processo di aggiornamento"
- Settimana del Made in Italy in Romania e Ungheria

SERVIZI ALLE IMPRESE AGROALIMENTARI

Il sostegno alle imprese del territorio ha assunto una connotazione particolarmente importante nel comparto agroalimentare e si è concretizzata in:

- Attività di controllo per le denominazioni protette e certificazione dei prodotti.
- "Agroalimentare e qualità": interventi in materia di rintracciabilità.

FORMAZIONE ED ORIENTAMENTO PROFESSIONALE

L'attività di Forim in questo campo di azione ha riguardato tutta la filiera, dalle azioni di alternanza scuola lavoro per gli allievi delle scuole superiori, all'orientamento al lavoro, all'accompagnamento alla creazione di impresa, all'alta formazione per neo laureati, fino alla formazione abilitante per coloro che intendono intraprendere particolari mestieri.